

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ  
ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ

ЎЗБЕКИСТОН МИЛЛИЙ УНИВЕРСИТЕТИ

ЖУРНАЛИСТИКА ФАКУЛЬТЕТИ

*Қўлёзма ҳуқуқида*  
УДК: 05/07, 681, 34 (584.4)

НИЯЗОВА ШОҲСАНАМ ЎТКИРОВНА

**МАВЗУ: АНЪАНАВИЙ ВА ИНТЕРНЕТ ГАЗЕТА: ФАОЛИЯТИ,  
МАЗМУНИ, ШАКЛ ВА УСУЛЛАРИНИНГ ҚИЁСИЙ ТАҲЛИЛИ**

5A220101–ЖУРНАЛИСТИКА (фаолият турлари бўйича)  
мутахассислиги бўйича

Журналистика магистри даражасини олиш учун ёзилган

**ДИ С С Е Р Т А Ц И Я**

Илмий раҳбар:  
ф.ф.д. Маматова Ё.

**ТОШКЕНТ — 2014**

**5A220101- Журналистика (фаолият турлари бўйича) магистратура  
мухассислиги битирувчиси Ш.Ниёзованинг “Анъанавий ва  
интернет газета: фаолияти, мазмуни, шакл ва усулларининг қиёсий  
таҳлили” мавзудаги магистрлик диссертациясига**

**ТАҚРИЗ**

Мазкур магистрлик диссертацияси мавзусининг долзарблиги анъанавий ва интернет нашрлар фаолияти, ҳуқуқий асосларини тадқиқ этгани, шу аснода Ўзбекистонда интернет журналистиканинг бугуни ва келажаги борасидаги қарашлар ҳамда мустақил нуқтаи назарини кўрсатгани ва асослаб бергани билан белгиланади.

Глобал тармоқ тобора кенгроқ аудиторияни камраб олаётгани ва унда фаолият кўрсатаётган on-line нашрлар сони ошиб бораётгани уларни илмий ўрганиш ҳамда тадқиқ этиш заруратини туғдирмоқда.

Тадқиқот иши кириш, саккиз фаслдан таркиб топган уч боб, хулоса ҳамда фойдаланилган адабиётлар рўйхатидан иборат. Ишнинг кириш қисмида мавзунинг долзарблиги, ўрганилганлик даражаси, илмий янгилиги, тадқиқотнинг мақсад ва вазифалари, объекти ва предмети, назарий-методологик базаси, натижаларининг амалий аҳамияти, татбиқи ҳамда тузилиши асослаб берилган. Диссертацияга танланган объектлар сони кўплиги ишнинг мақсадидан келиб чиқувчи вазифаларни чуқур ўрганишга халақит берса-да, амалий мисоллар келтириш ва уларни ўзаро таққослашда жуда қўл келган.

Диссертациянинг биринчи боби электрон нашрларнинг таснифланиши, дунёда ва мамлакатимизда ОАВнинг интернетдаги ривожини хронологияси кўрсатиб ўтилгани, Ўзбекистондаги электрон ва анъанавий газеталар тузилиши қиёсий таҳлил этилгани билан аҳамиятлидир. Хусусан, бир нечта нашрларнинг босма ва on-line шакллари ўзаро таққослангани, афзаллик ва камчиликлари, ютуқ ва муаммолари таҳлил этиб берилгани Диссертация ишининг илмий ва амалий қимматини оширади.

Диссертациянинг иккинчи боби уч фаслдан иборат бўлиб, унда интернет интерфаол журналистика кўриниши сифатида тадқиқ қилингани, глобал тармоқ тақдим этувчи интерактив воситаларнинг қарийб ҳар бири бўйича маҳаллий босма нашрлар электрон кўринишидан мисоллар келтирилгани, веб-сайт имижини шакллантирувчи жиҳатлар санаб ўтилиши билан чекланмасдан, амалий мисоллар билан таҳлил этилгани, айниқса аҳамиятли. Бироқ интернет журналистиканинг истиқболи борасидаги гипотезаларни келтирар экан, мустақил қарашларини ҳам тўла асослаб бериши мақсадга мувофиқ бўлар эди.

Тадқиқот ишининг учинчи бобида анъанавий ва интернет журналистининг маҳорати масаласига тўхталар экан, муаллиф глобал

тармоқда самарали ижод қилаётган интернет журналистларининг ижодий сифатларини улар яратган ва/ёки фаолият кўрсатаётган веб-сайтлардаги материаллари мисолида ўрганеди. Бундай таҳлилий ишлар тадқиқот ишлари ҳали ўз аксини топмагани ва бу йўлдаги дастлабки уринишлардан экани билан қимматлидир. Лекин диссертация ишида айрим имловий ва услубий хатоларга йўл қўйилганлигини ҳам айтиб ўтиш жоиз.

Хулоса қисмида тадқиқотнинг асосий натижалари, кузатув ва хулосалар ҳамда қўйилган илмий муаммо ечими бўйича тегишли тавсиялар берилган.

Юқоридагиларни эътиборга олган ҳолда, магистрант Ш.Ниёзованинг “Анъанавий ва интернет газета: фаолияти, мазмуни, шакл ва усулларининг қиёсий таҳлили” мавзуидаги магистрлик диссертацияси яқунланган илмий тадқиқот сифатида муносиб баҳоланиб, унинг муаллифи магистр даражасини олишга лойиқ, деб ҳисоблайман.

**Тақризчи:**

**ф.ф.н, Н.Муратова.**

## Мундарижа

<b>Кириш</b> -----	<b>3-бет</b>
<b>1-БОБ. Анъанавий ва интернет нашрлар: шаклланиш ва таракқиётидаги умумийлик ва ўзига хосликлар</b>	
1.1. Ўзбекистонда анъанавий ва on-line нашрлар фаолиятининг ҳуқуқий асослари-----	7-бет
1.2. Электрон ва анъанавий газеталар тузилишининг қиёсий таҳлили-----	14-бет
<b>1-боб бўйича хулоса</b> -----	<b>22-бет</b>
<b>2-БОБ. Интернет нашрларнинг имкониятлари ва истиқболи</b>	
2.1. Интернет нашр интерфаол журналистика кўриниши сифатида-----	24-бет
2.2. Интернет газета шакли ва услубидаги тажриба ва муаммолар таҳлили-----	32-бет
2.3. Электрон нашр имижини шакллантирувчи омиллар ва унинг келажаги борасидаги гипотезалар-----	42-бет
<b>2-боб бўйича хулоса</b> -----	<b>52-бет</b>
<b>3-БОБ. Анъанавий ва интернет журналисти маҳорати масалалари</b>	
3.1. Анъанавий ва интернет журналистининг ижодидаги муштарак жиҳатлар ва функционал фарқлар-----	55-бет
3.2. Интернет журналистига қўйиладиган талаблар-----	58-бет
3.3. Ўзбекистондаги етакчи интернет журналистларининг ижодий лабораторияси-----	67-бет
<b>3-боб бўйича хулоса</b> -----	<b>76-бет</b>
<b>Хулоса</b> -----	<b>78-бет</b>
<b>Адабиётлар рўйхати</b> -----	<b>82-бет</b>
<b>Илова</b>	

Кириш

**Мавзунинг долзарблиги.** Танланган мавзунинг долзарблиги шундаки, интернетнинг ҳаётимизга жадал кириб келиши интернет журналистиканинг ҳам ривожланишига сабаб бўлди. Буни англаган ҳолда бутун дунёда босма нашрларнинг электрон нусхаларини ва соф электрон нашрларни яратиш тенденцияси вужудга келди. Ўзбекистонда ҳам замон талаби ва аудитория эҳтиёжидан келиб чиқиб, деярли барча босма нашрлар глобал тармоқда ўз on-line кўринишини яратди ва бу жараён шиддат билан давом этмоқда. Бу маънода Президентимиз И.Каримовнинг “Бугунги кунда ахборот оламида интернет даври келгани, интернет-телевидение, интернет-радио, электрон почта, онлайн-видео каби кўплаб янги ахборот тарқатиш технологиялари қандай тез суръатлар билан ривожланиб, уларнинг аудиторияси ва таъсир доираси тобора кенгайиб бораётгани ҳақида ортиқча гапиришга зарурат йўқ, деб ўйлайман”<sup>1</sup>, деган гапи ҳам фикримизни исботлайди.

Миллий интернет журналистиканинг тараққий топишига кўп жихатдан анъанавий газета ва журналларнинг фаолияти ҳам таъсир этади. Ўзбекистонда интернетнинг ривожланишига доир кузатувлар шуни кўрсатадики, барча босма нашрлар ўз веб-сайтига эга бўлиши ҳуқуқи жихатдан асосланган. Шунга карамай, бир қатор муаммо ва камчиликларнинг юзага келиши анъанавий ҳамда интернет газеталар фаолиятидаги муштарак ва фарқли жихатларни қиёсий таҳлил асосида ўрганиш долзарб илмий масалага айланишини тақозо этади.

**Илмий муаммонинг ўрганилганлик даражаси.** Ҳозирга қадар интернет журналистикаси бўйича Ватанимиз ва хорижий тадқиқотчилар томонидан кўплаб изланишлар олиб борилди. Жумладан, ўзбек олимлари ва тадқиқотчилари Ф.Мўминов, Н.Қосимова, Д.Рашидова, Ш.Қудратхўжаев, Н.Муратовалар<sup>2</sup> Ўзбекистонда интернет журналистикаси

---

<sup>1</sup> Каримов И. Матбуот ва оммавий ахборот воситалари ходимларига. // Халқ сўзи. 2011 йил 27 июнь.

<sup>2</sup> Рашидова Д. Информационные технологии и интерактивная Интернет журналистика - Т.: 2003; Рашидова Д. Интернет в Узбекистане: возможности и проблемы. - Т.: Zar-Qalam. 2003; Рашидова Д., Азимов Ж. СМИ в Интернет и освещение законодательной деятельности Интернет журналистикой.

юзага келишининг ҳуқуқий, тарихий, тузилмавий, технологик ва ижодий жиҳатларини ўрганган. Рус олимларидан В.Ворошилов, Л.Мутовкин, Е.Пронин, С.Гуревич, С.Машкова, Л.Ныркова, В.Тулупов, А.Калмыков<sup>1</sup>лар асарларидан ҳам айни соҳага доир қимматли маълумотлар ўрин олган. Хорижлик олимлар Ray G.Rosales,<sup>2</sup> J.Dube,<sup>3</sup> N.Paul<sup>4</sup>нинг тадқиқотларининг натижалари баён этилган асарлар интернет журналистика соҳасидаги тенгсиз илмий қўлланмалардир. Юқоридаги тадқиқотларда интернет журналистиканинг асосий жиҳатлари ўрганилган бўлса-да, бевосита Ўзбекистон on-line нашрлар мисолида анъанавий ва интернет газета фаолиятига доир махсус изланишлар ҳали амалга оширилмаган. Шу боис ҳам мазкур тадқиқот қўйилган илмий муаммонинг шу жиҳатларини тадқиқ этишга бағишланган.

**Ишнинг илмий янгилиги.** Тадқиқот натижаларининг илмий янгилиги интернет журналистика, хусусан, on-line нашрлар шаклланиши ва тараққиётига доир назарий қарашлар қўламини кенгайтиришида намоён бўлади. Жумладан, илк бор юртимиздаги қатор босма нашрлар веб-сайтларининг икки йиллик фаолияти қонуниятлари, шакли ва усуллари

---

Метод. пособие. - Т.: 2006; Рашидова Д., Муратова Н. Интернет журналистика. - Т.: Международный Центр переподготовки журналистов, 2007.

Қосимова Н. Интернет журналистиканинг технологик асослари. – Т.: Ўзбекистон мустақил босма оммавий ахборот воситалари ва ахборот агентликларини қўллаб-қувватлаш ва ривожлантириш жамоат фонди, 2012.

Кудратходжаев Ш. Интернет: тарихи, тузилиши, техник хавфсизлик. Ўқув-услубий қўлланма. – Т.: «Ўзбекистан», 2011.; Кудратходжаев Ш. Журналист фаолиятида Интернетдан фойдаланиш. Услубий қўлланма. – Т.: «Ўзбекистан», Кудратходжаев Ш. Интернет: благо или зло. Предпосылки создания, история и тенденции развития, схожесть оценок, инструмент в чьих руках...// Вестник НУУ. – Т.: Университет. 2010. - №1. – С. 3-5.

<sup>1</sup> Мутовкин Л. Дизайн и имидж газеты. – Омск, 2005. Пронин Е., Пронина Е. Атиномия – 2000 (NET – мышление как публичная субъективность и как массовая установка. Вестник Моск. университета. Сер 10. Журналистика. 2001. №1. )

Ворошилов В. Журналистика. – М.: Издательство Михайлова В.А (2-е издание), 2000.

Гуревич С. Газета: вчера, сегодня, завтра. Учебное пособие. – М.: Аспект Пресс, 2004.

Машкова С. Интернет журналистика. – Тамбов.: Издательство ТГТУ, 2006.

Ныркова Л. Как делается газета? – М.: ТОО «Гендальф», 1998.

Тулупов В. Репутация Российской прессы. Средство Массовой информации в современном мире. – СПб., 2001.

Калмыков А., Коханова Л. Интернет журналистика. Пособие для вузов. – М., 2005.

<sup>2</sup> Ray G.Rosales The Elements of Online Journalism. iUniverse, inc. - New York Lincoln Shanghai. 2006. – С.68.

<sup>3</sup> Jonathan Dube. On-line storytelling forms - [www.cyberjournalist.net](http://www.cyberjournalist.net)

<sup>4</sup> Laura Ruel and Nora Paul. Multimedia storytelling: when is it worth it? - [www.ojr.com](http://www.ojr.com) (12.02.2007); Nora Paul. «New News» retrospective: Is online news reaching its potential? - [www.ojr.com](http://www.ojr.com) (24.03.2005).

ўрганиб чиқилди. Яна UzNet тармоғида ОАВ сифатида рўйхатдан ўтган ахборот сайтлари ва уларда хизмат қилувчи журналистларнинг маҳорати кирралари таҳлил қилинди. Бундан ташқари, хорижий on-line нашрлар самарали фойдаланаётган техник ва ижодий лойиҳаларнинг ижобий томонларини миллий on-line журналистика амалиётига татбиқ этиш йўллари ўрганилди.

**Ишнинг мақсади ва вазифалари.** Диссертация ишининг **мақсади** анъанавий нашрларнинг on-line кўринишларини ва соф электрон нашрларни мустақил интернет-ОАВ сифатида тадқиқ этиш орқали мамлакатимизда интернет журналистиканинг тараққиёт тенденцияларини, ютуқ ва камчиликларини ўрганиш ҳисобланади. Бу мақсадга эришиш учун қуйидаги **вазифаларни** бажариш назарда тутилган:

- Ўзбекистонда анъанавий ва on-line нашрлар шаклланиши ва фаолиятининг ҳуқуқий асосларини ўрганиш;
- электрон ва анъанавий газета фаолиятини қиёсий таҳлил этиш, муштарак ва фарқли жиҳатларини кўрсатиб бериш;
- интернет нашрнинг интерфаол журналистика кўриниши сифатидаги ўзига хос техник имкониятларини таҳлил этиш;
- интернет газета шакли ва услубидаги тажриба ва муаммоларни, электрон нашр имижини шакллантирувчи жиҳатларни аниқлаш;
- маҳаллий интернет газеталарда фаолият юритаётган журналистларнинг маҳоратини ўрганиш.

**Тадқиқот объекти ва предмети.** Тадқиқот **объекти** сифатида мамлакатимиздаги “Халқ сўзи”, “Ўзбекистон овози”, “Оила даврасида”, “Хуррият”, “Жамият” газеталарининг анаъанавий ва on-line кўринишлари, “Аргументы и факты”, “Жэньминь Жибао”, “International Herald tribune” каби хорижий нашрларнинг веб-сайтлари, шунингдек, UzNet сегментидаги [www.kun.uz](http://www.kun.uz), [www.gazeta.uz](http://www.gazeta.uz), [www.UzDaily.uz](http://www.UzDaily.uz), [www.podrobno.uz](http://www.podrobno.uz) сингари соф электрон нашрлар танланди. Тадқиқот **предметини** Республикамиз on-line нашрларининг фаолияти

тамойиллари, мавзули-муаммоли йўналишлари, шакл ва усуллари ташкил этади.

**Тадқиқот усуллари.** Қўйилган илмий муаммони ўрганиш жараёнида тизимли, қиёсий ва контент-таҳлил, кузатув, умумлашма усулларидан фойдаланилди. Бундан ташқари, ахборот технологиялари ва on-line нашрлар ривожланиши суръатини белгилашда ёрдам берувчи статистика услублари қўлланилди.

**Тадқиқотнинг назарий-методологик асосини** Ўзбекистон Республикаси Президенти И.А.Каримов асарлари, журналистика назариясига оид китоблар, интернет журналистикасига оид ўқув қўлланмаларидаги илғор ғоя ва хулосалар ташкил этади.

**Тадқиқотнинг назарий ва амалий аҳамияти.** Диссертация материаллари интернет журналистика йўналишида фаолият кўрсатаётган ва кўрсатиш истагида бўлган мутахассисларга назарий ва амалий кўмак бериши, шунингдек, маҳаллий on-line нашрлар фаолияти самарадорлигини оширишда хизмат қилиши мумкин. Яна тадқиқот натижалари интернет журналистикасига доир турли илмий, ўқув ва ўқув услубий адабиётлар яратишда қўл келиши мумкин.

**Диссертациянинг апробацияси.** Тадқиқотнинг асосий ҳолатлари муаллифнинг “XXI асрда медиа-тадқиқотлар” (2013 й), “Ёш олимлар илмий мақолалари тўплами” (2014 й) илмий тўпламларида чоп этилган жами 2 та илмий мақоласида ўз ифодасини топган.

**Иш тузилиши ва таркиби.** Диссертация иши кириш, 8 та параграфдан таркиб топган 3 боб, хулоса, фойдаланилган адабиётлар рўйхати ва иловадан иборат. Диссертация ҳажми 83 бетдан иборат.

**1-БОБ. Анъанавий ва интернет нашрлар: шаклланиш ва тараққиётидаги умумийлик ва ўзига хосликлар**

## 1.1. Ўзбекистонда анъанавий ва on-line нашрлар шаклланиши ва фаолиятининг ҳуқуқий асослари

Қисқа вақт ичида дунё аудиториясини жалб этган ва қайсидир маънода ОАВ “отахони” – босма журналистика билан рақобатга киришган интернет журналистика (on-line журналистика, кибер-журналистика, интерактив журналистика, рақамли журналистика) Ўзбекистон ҳудудида ҳам ўз ўрнига эга бўлиб бормоқда. Интернетни тўлалигича ОАВ турига кирита олмасмиз, аммо унда ОАВ функциясини бажарувчи электрон нашрлар бор.

Мутахассислар орасида интернетга турлича қарашлар мавжуд. Уларнинг бу борадаги қарашларини қуйидагича гуруҳлаш мумкин<sup>1</sup>: 1) Интернетни ОАВ учун қўшимча ахборот-алоқа канали сифатида қўллаш; 2) Интернетни алоҳида ОАВ сифатида, интернет журналистикани эса журналистлик фаолиятининг мустақил йўналиши сифатида тан олиш. Айрим тадқиқотчиларнинг таъкидлашича, “информация етказишнинг янги воситаси анъанавий ОАВга янгидан туғилиш имконини беради”<sup>2</sup>.

Кенг доирада қарайдиган бўлсак, интернет-ОАВ атамасига манбаларда қуйидагича таъриф берилади: “Интернет нашр, интернет-ОАВ — интернет тармоғида ОАВ вазифасини бажаришни ўз олдига мақсад қилиб қўйган веб-сайт. Худди анъанавий нашр сингари интернет нашр ҳам журналистиканинг умумэътироф этилган тамойилларига асосланади”<sup>3</sup>.

Ўзбек журналистикаси нуктаи назаридан эса босма ва электрон нашр атамаларига қуйидагича изоҳ бериш мумкин. *Босма нашр* — “даврийликка, доимий номга, ададга (1000 нусхадан кам бўлмаган) эга

<sup>1</sup> Муратова Н. Журналистика в Интернет: особенности on-line изданий Узбекистана и их функционирование в условиях глобального информационного рынка// Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук. – Т.: НУУз, 2011. – 4-б.

<sup>2</sup> Мухаммаджонова Ф. Интернет: хабарлар рақобатининг кизгин нуктаси. // Интернет журналистика. Сб. научных статей. – Т.: MRC Тошкент, 2005. – 52-б.

<sup>3</sup> [www.ru.wikipedia.org](http://www.ru.wikipedia.org) – 12.05.2014

бўлган ва босма тарзда олти ойда камида бир марта чоп этилувчи нашр ҳисобланади”<sup>1</sup>.

*Электрон нашрга* матбуот, радио ва телевидение хусусиятлари, бир сўз билан айтганда, анъанавий журналистика тўплаган тажрибаларни ўзида жамлаган, глобал тармоқнинг кенг имкониятларидан фойдаланувчи ва шу сабаб ўзига хос жиҳатлари билан ажралиб турувчи веб макон, дея таъриф беришни жоиз деб биламиз.

Таҳлилчилар электрон нашрларни **икки турга** бўлади<sup>2</sup>:

1. Босма ва электрон оммавий ахборот воситаларининг версиялари ([www.marifat.uz](http://www.marifat.uz), [www.mtrk.uz](http://www.mtrk.uz), [www.grand.uz](http://www.grand.uz));
2. Соф интернет нашрлар: анъанавий ОАВда ўз оригиналига эга бўлмаган ахборот хизматлари ва порталлар. Масалан, [www.kun.uz](http://www.kun.uz), [www.UzDaily.uz](http://www.UzDaily.uz), [www.gazeta.uz](http://www.gazeta.uz) ва бошқ.

Баъзи манбаларда учинчи тур сифатида тармоқдаги электрон ваколатхоналар – конун чиқарувчи органлар, давлат тизимлари, корхоналар, муассасалар, ташкилотлар, ҳаракатлар, партиялар ва бошқаларнинг веб-сайтлари ва порталлари (масалан, [www.gov.uz](http://www.gov.uz)) киритилади.

Мазкур бўлинишга кўра, биринчи тур — анъанавий ОАВнинг электрон версияларида оригиналнинг тузилиши ва мазмуни акс этади, иккинчи тур эса интернет-ОАВ интерфаол ва мультимедиа муҳитига мос равишда ўз тузилмаларини қурган ва индивидуал медиа стратегияларини ишлаб чиққан электрон нашр ҳисобланади.

Фикримизча, бундай бўлиниш асосли. Албатта, сайтнинг мазмуний жиҳатларига кўра таснифланувчи турлари ҳам бор. Масалан, янгиликлар порталлари, аёллар, болалар сайтлари ва ҳоказо. Аммо сайт йўналиши ва бу ОАВ талабгоридаги сайт бўлса, унинг босма нашр билан

---

<sup>1</sup> [www.lex.uz](http://www.lex.uz) - Ўзбекистон Республикасининг “Оммавий ахборот воситалари тўғрисида”ги қонуни. Янги таҳрир 2007, 4-модда.

<sup>2</sup> Рашидова Д. Интернет журналистика. – Т.: Журналистларни қайта тайёрлаш халқаро маркази, 2007. – 42-б.

алоқадорлигини аниқлаш мумкин бўлган юқоридаги бўлиниш анчайин тўғридир.

Қандай таснифланишига қарамай, ҳар иккиси: босма ва электрон нашр Ўзбекистон Республикасида ОАВ тури саналади. “Оммавий ахборотни даврий тарқатишнинг доимий номга эга бўлган ҳамда босма тарзда (газеталар, журналлар, ахборотномалар, бюллетенлар ва бошқалар) ва (ёки) *электрон* тарзда (теле-, радио-, видео, кинохроникал дастурлар, умумфойдаланишдаги телекоммуникация тармоқларидаги веб-сайтлар) олти ойда камида бир марта нашр этиладиган ёки эфирга бериладиган (бундан буён матнда чиқариладиган деб юритилади) шакли ҳамда оммавий ахборотни даврий тарқатишнинг бошқа шакллари оммавий ахборот воситасидир”<sup>1</sup>. Табиий равишда ҳар икки нашрнинг аудиторияга тақдим этаётган маҳсулоти ОАВ маҳсулоти ҳисобланади: “Даврий босма нашр алоҳида сонининг адади ёки ададининг бир қисми ёхуд теле-, радио-, видео-, кинохроникал дастурларнинг ва оммавий ахборотни даврий тарқатишнинг бошқа *электрон* тарздаги алоҳида чиқарилиши оммавий ахборот воситаларининг маҳсулотидир” (ўша манба, 25-модда).

Республикамиз қонунчилигига кўра, яъни “...тегишли даврий босма нашрнинг босма ва *электрон* шаклларининг 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” (ўша манба, 27-модда) жумласига мувофиқ, ОАВ сифатида қаралиши кўзда тутилган сайтларнинг рўйхатдан ўтиши ихтиёрий деб белгиланган. Бироқ бу нечоғлик тўғри? Бундай имтиёзнинг ижобий самараси кўпроқми ёки салбий? Қиёс этадиган бўлсак, Россия Федерацияси қонунчилигига мувофиқ, ҳар

---

<sup>1</sup> [www.lex.uz](http://www.lex.uz) – Ўзбекистон Республикасининг “Оммавий ахборот воситалари тўғрисида”ги Қонуни. 2007 йил (янги таҳрир), 4-модда.

қандай веб-сайт ОАВ мақоми учун давогарлик қилолмайди. 2011 йил 3 июнда тасдиқланган янги тахрирдаги “Оммавий ахборот воситалари тўғрисида”ги Россия Федерацияси қонунига кўра, интернет сайт эгасидан махсус ариза-сўровна қабул қилинган, у ОАВ сифатида рўйхатдан ўтади. Рўйхатдан ўтмаган сайтлар юридик нуқтаи назардан ОАВ ҳисобланмайди. Аксинча, ОАВ сифатида рўйхатдан ўтган сайт бошқа ОАВ турлари эга бўлган ҳуқуқ ва имтиёزلардан фойдалана олади: тадбирларда иштирок этиш учун аккредитация олиш, давлат идораларидан маълумот талаб қилиш, давлат ҳимоясида бўлиш ва ҳоказо<sup>1</sup>.

Умуман олганда, бу борада ҳали ўрганилиши ва бир тўхтамга келиниши лозим бўлган масалалар талайгина. Ваҳоланки, Мустақиллигимизнинг дастлабки йилларида нафақат бизнинг мамлакат, балки бутун дунёда ҳам интернет ҳали кенг оммага ёйилмаган эди. Интернет журналистика махсули бўлмиш электрон нашр биринчи бор АҚШда 1990 йилда пайдо бўлган (“The Electronic Club”). 1996 йилда “The Times” (Буюк Британия) ва “Le Monde” (Франция) газеталари сайтлари фаолият бошлади. Шундан сўнг электрон нашрлар тарихида ҳақиқий бурилиш юз берди. 1995 йил – 100 та, 1996 йил – 1115 та, 1999 йил – 4925 та<sup>2</sup> электрон нашр бутунжаҳон ўргимчак тўрида пайдо бўлди. Шундай қилиб, бутун дунёда газеталарнинг “глобаллашиш” жараёнини шартли равишда уч босқичга бўлиш мумкин: 1994-1998 йй., 1999-2004 йй., 2005-2009 йй.<sup>3</sup>. Ўзбекистонда эса гарчи давлат ва жамоат тизимларининг тармоққа уланиши 1996 йилдан бошланган бўлса-да, республика оммавий ахборот воситалари глобал тармоқни ўзлаштиришни 2002 йилдан бошлади. Шу йилдан анъанавий ОАВ ўз электрон версияларини яратиш

---

<sup>1</sup> [www.ru.wikipedia.org](http://www.ru.wikipedia.org) - [Принят закон, определяющий статус Интернет-СМИ.](#)

<sup>2</sup> Қосимова Н. Интернет журналистиканинг технологик асослари. – Т.: Ўзбекистон мустақил босма оммавий ахборот воситалари ва ахборот агентликларини қўллаб-қувватлаш ва ривожлантириш жамоат фонди, 2012. – 23-б.

<sup>3</sup> Интернет-СМИ: теория и практика. // Учеб. пособие под общ.ред. М.М.Лукиной. — М.: Аспект Пресс, 2010. — С.175

орқали виртуал маконни фаол ўзлаштиришга киришди. 2010 йил интернет тармоғининг UZ доменида 4203 та турли йўналишдаги сайт ва порталлар фаолият юритган бўлса, 2014 йилга келиб бу кўрсаткич 8 мингга етди<sup>1</sup>.

1992 йилдан бошлаб республикамызда ахборот коммуникацион технологияларни ривожлантириш, ахборот ресурсларини тайёрлаш ва уларни маълумотлар узатиш тармоқларида, хусусан, интернетда тарқатишнинг ҳуқуқий асоси яратила бошланди ва ўтган давр мобайнида ўндан ортиқ қонун ва бошқа ҳужжатлар қабул қилинди. Ўзбекистон Республикасининг “Алоқа тўғрисида”ги (1992), “Алоқалаштириш тўғрисида”ги (1993), “ЭҲМ ва маълумотлар базаси учун дастурларни ҳуқуқий ҳимоялаш тўғрисида”ги (1994), “Ахборот олиш кафолатлари ва эркинлиги тўғрисида”ги (1997), “Радиочастоталар спектори тўғрисида”ги (1998), “Телекоммуникациялар тўғрисида”ги (1999), “Ахборотлаштириш тўғрисида”ги (2003, янги таҳрирда), “Электрон рақамли имзо тўғрисида”ги (2003), “Электрон ҳужжатлар айланмаси тўғрисида”ги (2004), “Электрон тижорат тўғрисида”ги (2004), “Автоматлаштирилган банк тизимидаги ахборот ҳимояси тўғрисида”ги (2004), “Оммавий ахборот воситалари тўғрисида”ги (2007, янги таҳрирда) қонунлар, Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг “Маълумотлар узатиш миллий тармоғини ташкил этиш ва жаҳон ахборот тармоқларидан фойдаланишни тартибга солиш тўғрисида” 1999 йил 5 февралдаги 52-сон қарори шулар жумласидан. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 200-сон қарори билан тасдиқланган “2002-2010 йилларда компьютерлаштириш ва ахборот-коммуникацион технологияларни ривожлантириш Дастури” юртимизда миллий интернет сегментини шакллантириш ва ривожлантиришда асосий туртки бўлди. 2005 йил эса Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ахборот-коммуникацион технологияларни ривожлантиришнинг қўшимча чора-тадбирлари

---

<sup>1</sup> [www.uz](http://www.uz) - 11.11.2010, 13.05.2014.

тўғрисида”ги қарори асосида “2010 йилгача давлатни бошқариш органлари ва жойларда давлат ҳокимияти фаолиятида АКТларни қўллаш Дастури” тасдиқланди. Санаб ўтилган қонун ҳужжатлари (уларни [www.lex.uz](http://www.lex.uz) расмий сайтида кўришингиз мумкин) ахборот коммуникация технологияларини ривожлантириш, интернет тармоғидаги ахборот ресурсларини тартибга солишда дастурил амалдир.

Ўзбекистондаги ОАВнинг интернетдаги ривожини хронологиясига эътибор қаратсак, улар босқичма-босқич глобал тармоққа чиққанлигига гувоҳ бўламиз. Маҳаллий тадқиқотчиларимиздан бири Н.Муратова бу даврни 4 босқичга бўлади (дунё миқёсида рус олимлари бу даврни учга бўлишини юқорида айтиб ўтган эдик)<sup>1</sup>.

1-босқич (1996-1999 йй.) — интернетга анъанавий нашрларни маълумотлар билан бойитишга қаратилган информацион манба сифатида қаралган бўлса, 2-босқич (2002 йилдан бошланган) нашрлар хусусида маълумот берадиган интернет саҳифачалар яратилиши билан ёдда қолди. Айтиш жоизки, веб маконга чиққан дастлабки нашрлар “Халқ сўзи” ва “Народное слово”дир.

3-босқич (2007 йилдан бошланган)да тахририятларда on-line нашр мақомида веб-сайтларни ҳосил этиш ёки қайта ташкил қилиш, уларни босма нашр чоп этилиши билан баробар янгилаб бориш каби ўзгаришлар рўй берди.

Ниҳоят 4-босқич (2011 йилдан ҳозиргача) интернет тақдим этувчи барча имкониятларни тўла ўзлаштириш ва улардан фойдаланиш, тезкорлик ва ҳозиржавобликнинг ортиши билан кечмоқда. Бугунги кунда Республикамиздаги нечта нашрнинг on-line кўриниши борлигини аниқ ифодалаб берадиган рақамларни топишнинг имкони йўқ. Кузатувимизга кўра, анъанавий нашрларимизнинг 70 фоизи электрон кўринишига эга.

---

<sup>1</sup> Муратова Н. Журналистика в Интернет: особенности on-line изданий Узбекистана и их функционирование в условиях глобального информационного рынка// Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук. – Т.: НУУз, 2011. – 8-б.

Бирок айтиш ўринлики, аксар нашрларнинг веб-саҳифалари ҳозир 4-босқични бошдан ўтказаятган бўлса-да, 1-ёки 2-босқич сифатлари билан намоён бўлаётган нашрлар ҳам талайгина. Масалан, “Садо”, “Doktor Press” каби газеталарнинг электрон кўриниши мавжуд эмаслиги, баъзи нашрларнинг (“Жамият”, “Маҳалла” каби) веб-саҳифаси эса номигагина очилгани, тезкор янгиланмаслиги ҳеч кимга сир эмас.

Шу ўринда ёдга оладиган бўлсак, биринчи ўзбек газетаси “Тараққий” 1906 йил 27(14) июнда Туркистон жадидлари томонидан чиқарилган. Бу ҳақда мазкур газетанинг 1-сонидан шундай дейилади: “Газетамиз “Тараққий” номинда ўлуб, бора-бора жисми ҳам исмига мувофиқ ўлуб, миллатимизни “кейин” қолмоғига асло рози эмасмиз”<sup>1</sup>. Жадидларнинг кейинги нашрлари “Хуршид”, “Ойна” кабилар изидан бирин-кетин турли йўналишдаги журналлар ҳам дунё юзини кўрди. Мустақилликка эришувимиз босма нашрлар тарихида бутунлай янги саҳифа очди. Айтиш мумкинки, миллий газеталарнинг пайдо бўлиб, ҳозирги даражасига етгунигача узоқ йиллар кетди. Аммо “100 миллионлик аудиторияни қамраб олгунга қадар телевидение учун 30 йил, радио 13 йил, интернет учун эса атиги 3 йил кетган”<sup>2</sup>.

Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитасининг расмий ҳисоботида кўра, 2010 йил Ўзбекистонда интернетдан фойдаланувчиларнинг умумий сони 2.7 млн.га етди. 2011 йилда 1218 та ОАВ қайд этилган бўлса, интернет ОАВ сифатида 150 та веб-ресурс рўйхатдан ўтган.

## **1.2. Электрон ва анъанавий газеталар тузилишининг қиёсий таҳлили**

---

<sup>1</sup> Дўстқораев Б. Ўзбекистон журналистикаси тарихи. –Т.: Фафур Фулом номидаги нашриёт-матбаа ижодий уйи, 2009. – 114-б.

<sup>2</sup> Дўсимбетова Н., Наврўзшоҳ Х. Интернет – журналистиками? // Олий журналистика курсларида ихтисослашув мавзуида II илмий-амалий семинар материаллари. – Тошкент, 2013. – 87-б.

Анъанавий ва электрон газета тузилиши хусусиятига кўра аслида қиёслаб бўлмайдиган ҳодисадир. Сабаби уларнинг дастурил амали, ишлаш тартиби, ҳатто “иш қуроли” ҳам бошқа-бошқа. Шундай бўлса-да, электрон нашр анъанавий нашр негизда юзага келганини ҳисобга олсак, улар фаолиятини қиёсий таҳлил этиш асослидир.

Аввало, айтиш лозимки, анъанавий газета маълум бир ҳудудгагина тарқалса, (у халқаро нашр бўлган тақдирда ҳам) электрон нашр глобал тармоқ берган имкониятга кўра бутун дунёга ёйилади. Ер юзининг исталган еридаги ўқувчи исталган вақтда уни ўқиши мумкин, фақат интернет тармоғига уланиш имконияти бўлса етарли.

Юртимизда ҳам газетанинг босма шаклини ўқувчилар билан бир қаторда ўзига маъқул бўлган бир нечта газетани on-line режимда ўқиш тенденцияси кучайиб бормоқда.

Давр талаби эканини англаган ҳолда интернет журналистикага мамлакатимизда катта эътибор қаратилаётган бир пайтда юртимиз электрон нашрлари қандай аҳволда? Улар ўз аудиториясини топа оляптими? Жаҳон андозаларига жавоб бера оладими? Интернет журналистиканинг халқаро тенденцияларини нечоғлик ўзлаштира олмақда? Саволларга жавоб қидирар эканмиз, тадқиқот давомида амин бўлдикки, UzNet тармоғидаги электрон нашрларнинг асосий камчилиги глобал тармоқ тақдим этаётган имкониятлардан тўла фойдаланмаётганидир. Бу айниқса, босма нашрларнинг электрон нусхаларида яққолроқ сезилмоқда. Бир ҳафтада бир марта ҳам янгиланмайдиган, фотосурат, аудио ва видео лавҳалар умуман қўйилмайдиган сайтлар бор. Буни бир томондан бутунжаҳон веб тармоғи аҳамияти, салмоғи ва заруратини баҳолай олмаслик билан изоҳлаш мумкин.

Масалан, **“Жамият”** газетасининг электрон кўринишида<sup>1</sup> 2012 йил бирорта сурат йўқлиги, энг кўп (70 марта) ўқилган мақолаларда ҳам фотосурат берилмаганлигини кўрдик. Ваҳоланки, айнан фотосуратлар интернет муҳитида ўқувчи диққатини тортувчи, уни ўша сайтга чорловчи воситалардан биридир. 2014 йилга келиб эса сайтда маълум ўзгаришлар бўлгани сезилади. Яъни баъзи мақолаларга фотосуратлар ҳам бириктирилган. Аммо бу ўзгаришлар жуда суст даражада.

Шунингдек, мазкур сайт 11.04.2012 йил ҳолатида охириги марта 5 кун олдин янгиланганлиги, айрим рукнлардаги мақолалар 2 ой олдин жойлаштирилганлиги, сайтда реклама йўқлиги, рус тили бўлими мавжуд бўлса-да, амалда ишламаслигини кузатган эди. 2 йил ўтган бўлса-да, сайтда худди шу камчиликларни тагин кузатиш мумкин.

**“Ishonch”** газетасининг электрон нашрининг 2 йил аввалги<sup>2</sup> – ҳолатини ўрганганимизда аён бўлдики, сайт охириги марта 26.03.2012да, яъни 25 кун олдин янгиланган. Сайтда реклама, об-ҳаво маълумотлари ёки бошқа қўшимча маълумотлар йўқ. Баъзи рукнлар (масалан, “Уйғоқ фикр” рукни)га ҳали бирорта мақола киритилмаган. Аммо веб-саҳифа дизайни ва суратлар хилма-хиллиги ўқувчи эътиборини тартади. Газетанинг сўнгги сонини PDF форматда юклаб олиш имкони мавжудлиги фойдаланувчиларга қулайлик яратади. Мазкур сайт жорий йил май ойи ҳолатида эса бутунлай фаолият юритмаяпти.

**“Оила ва жамият”** газетаси электрон версияси<sup>3</sup> бундан икки йил аввал анимацион кўринишлар, об-ҳаво маълумотлари, реклама бўлса-да, сайт ҳали тўла ишга тушмаган эди. Бироқ ўтган вақт ичида нашр электрон манзилини ўзгартирди ва янги веб-манзилда<sup>4</sup> иш бошлади. Унинг фаолиятини қоникарли деб баҳолаб бўлмайди. Асосий менюдаги 6

---

<sup>1</sup> [www.jamiyatgzt.uz](http://www.jamiyatgzt.uz) - 11.04.2012, 13.05.2014

<sup>2</sup> [www.ishonch-doverie.uz](http://www.ishonch-doverie.uz) - 11.04.2012, 13.05.2014

<sup>3</sup> [www.oilavajamiyat.uz](http://www.oilavajamiyat.uz) - 11.04.2012

<sup>4</sup> [www.oila-va-jamiyat.uz](http://www.oila-va-jamiyat.uz) - 13.05.2014

та рукндан 3 таси амалда ишламайди. Шунга қарамай, ундаги ўзгаришни ижобий баҳолаш мумкин.

“Хуррият” газетаси электрон нусхасида<sup>1</sup> мақолалар газетада қандай бўлса, шундайлигича қўйилган, интернет аудиторияси инобатга олинмаган. Унда ҳам мақолалар 11.04.2012йил ҳолатида охириги марта 6 апрель ва 30 март кунлари веб-саҳифага жойлаштирилган (“Фойдали сайтлар” рукнида эса 15.07.2006 йилда қўйилган фақат битта мақола бор). Яъни, ҳозир кўпчилик газеталар интернетдаги нашрини фақатгина газета чиққан кундагина янгилаши, босма нашрдаги хабар ва мақолалар қандай бўлса, шундайлигича тақдим этаётгани, мақолаларда ҳаволалар берилмаслиги аён бўлмоқда. 2014 йил май ойи ҳолатига кўра ҳам шу фикрларни такрорлаш мумкин.

Нисбатан яхши (тезкор, эътибортортар, интерактив) сайтлар сирасига “Ўзбекистон овози”, “Оила даврасида”, “Uzbekistan today” ва бошқа нашрларни киритиш ўринли. Хусусан, “Ўзбекистон овози” газетасининг электрон версияси<sup>2</sup> ҳар уч кунда янгилашига қарамай, унда рукнлар кўплиги ва барчаси амалда фаолият юритаётгани, қидирув хизмати, фотогалерея ҳамда видеогалерея мавжудлиги, ижтимоий тармоқларга ушбу сайт ёққанлиги ҳақида маълумот бериш(Like) ва RSS жўнатиш имконияти борлиги, мақолалар ҳам лотин, ҳам кирил алифбосида жойлаштирилиши таҳририят газетанинг электрон версиясига ҳам жиддий эътибор қаратиши ҳақида тасаввур уйғотади. Бироқ қайси мақола неча марта ўқилганини кўрсатувчи ҳисобнинг йўқлиги, газета архиви дастури билан ишлаш қийинлигини таъкидлаб ўтиш лозим. Хусусан, архив буйруғи аксар газеталарнинг электрон шаклида (масалан, “Маърифат”, “Хуррият” ва бошқ.) қуйидагича:

---

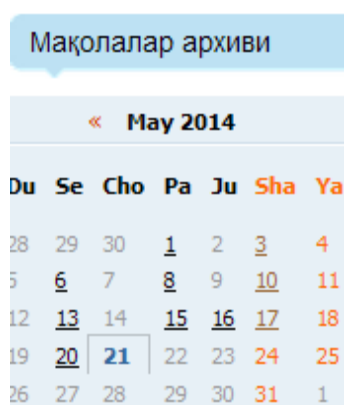
<sup>1</sup> [www.uzhurriyat.uz](http://www.uzhurriyat.uz) - 11.04.2012, 13.05.2014

<sup>2</sup> [www.uzbekistonovozi.uz](http://www.uzbekistonovozi.uz) – 15.05.2014

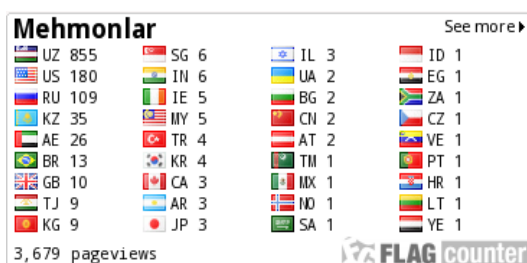
## Arxiv

Hammasi ▼ Hammasi ▼ 2006 ▼  
sanada  
Hammasi ▼  
bo`limini Ko`rsatish

Бундай форма фойдаланувчи учун осон ва қулайдир. “Ўзбекистон овози” да эса керакли сана, унинг йили, ойи, кунини танлаш биргина орқага ё олдинга ўтиш тугмаси орқали бажарилади ва фойдаланувчидан жуда кўп вақт талаб қилади.



“Оила даврасида” газетаси сайтининг<sup>1</sup> дизайни жалб қилиши, ранг-баранглиги, керакли мақола ва саҳифаларнинг тез топилишга мўлжаллаб жойлаштирилганлиги, “Газета сўровномаси” ташкил этилгани, газетадаги рукнларни реклама қилувчи анимациялар борлиги мазкур сайтга ташриф буюрганлар диққатини ушлаб қолади. Айниқса, сайтга қайси давлатдан фойдаланувчилар ташриф буюраётганлигини кўрсатиб турувчи дастурни бошқа нашр веб-саҳифаларида учратмадик.



<sup>1</sup> [www.od-press.uz](http://www.od-press.uz) – 15.05.2014

Шунингдек, сайтнинг ўзида унинг статистикаси мунтазам кўриниб туради ва унга кўра, 2014 йил 15 май ҳолатига кўра сайтга 1728 та мақола жойлаштирилган.

“Халқ сўзи” газетасининг веб-сайти<sup>1</sup> 2012 йилда 5 тил(ўзбек, рус, инглиз, немис, француз)да фаолият юритиб, видеолархалар, алмашилиб турувчи анимациялар, об-ҳаво маълумоти, сайт ёққанини ижтимоий тармоқларда билдириш учун ҳавола(Like)лар мавжудлиги билан ажралиб турарди. Ўзбек тилидаги саҳифасида суратлар бўлмаса-да, инглиз ва рус тилидаги саҳифалар суратлар билан бойитилган эди. Хабарлар тез-тез алмашилиб туриши эса унинг ходимлари тезкорликка алоҳида аҳамият қаратишидан дарак бериб турарди. Жорий йил 15 май ҳолатига кўра эса сайт фақат ўзбек тилида фаолият кўрсатмоқда.

2014 йилнинг 13 май ҳолатига кўра, [www.uz](http://www.uz) миллий қидирув сайтида эълон қилинган босма нашрларнинг электрон версиялари “топ-рейтинг”ига мувофиқ, “Даракчи” газетасининг веб-сайти рейтинг тепасида, кейин, “Голос Узбекистана”, “Хабар”, “Interfutbol”, “Маърифат”, “Жамият”, “Новости Узбекистана”, “Навоийпресс” газеталари ўрин эгаллаган.

Қонунчилик нуқтаи назаридан қарайдиган бўлсак, on-line нашрларнинг ташқи кўриниши, дизайни, контентига қўйилган чеклов ва талаблар деярли йўқ. Фақат мазмунан улар бир хил бўлиши талаб қилинади (бу борадаги қонуний асосни юқорида келтирган эдик).

Чет эл босма нашрларига эътибор қаратадиган бўлсак, халқаро нашрлардан бири “**Аргументы и факты**”ни сотиб олганлардан кўра, унинг интернетдаги сайтига ташриф буюрувчилар сони ўртача 4 марта кўп. Масалан, “АиФ” газетасининг 2011 йил декабрь ойидаги умумий тиражи 2.500.481тани ташкил қилган вақтда [www.aif.ru](http://www.aif.ru) сайтига шу ойда кирганлар сони 8.741.281 киши деб ҳисобланган (2012 йил март ойидаги фарқ ҳам деярли шундай: 2.482.566 – 8.080.413). Сайтдаги янгиликлар

---

<sup>1</sup> [www.xs.uz](http://www.xs.uz) – 10.04.2012

тасмасининг бир кунда 20 мартадан ортиқ янгиланиб боришининг ўзиёк юқоридаги кўрсаткич кафолати бўла олади. Қолаверса, ушбу сайтни кибермакон имкониятларидан тўла фойдалана олаётган энг яхши сайтлардан бири, деб ҳисоблаш мумкин.

Ўтган давр ичида жаҳон анъанавий нашрларининг интернетдаги “ҳаёти” ва тараққиёти интернет журналистикага алоҳида йўналиш сифатида қараш ва унинг сифатларини тадқиқ этиш лозимлигини тасдиқлади. Масалан, дунёнинг 35 мамлакатида чоп этиладиган ва 180 дан ортиқ давлатига тарқаладиган халқаро нашрлардан бири **“International Herald Tribune”**нинг расмий сайти<sup>1</sup> жуда катта, бой контентга, рубрикаларга эгалиги, тезкорлик билан янгиланиб туриши, бир неча соат аввал қўйилган материалга юзлаб коммент ёзилганлиги диққатни тортади. Ҳар битта асосий меню, масалан, “World”нинг ўзида 5 та ички менюлар (Africa, Americans, Middle East, Asia Pasific, Europes) мавжуд бўлиб, уларнинг ҳар бирини сайт ичидаги сайт деб аташ мумкин.

Ҳарб мамлакатлари орасида интернет аудиториясининг энг катта улуши Буюк Британия ҳудудига тўғри келади. Бу ерда кибермаконнинг кенгайиши билан кўплаб матбуот уйлари ҳам ўз газеталарининг электрон кўринишларини яратди. Маълум бўлишича, инглиз интернет журналистикасининг ўзига хос хусусияти шундаки, веб-саҳифаларда асосий эътибор мультимедиа воситалари, мақола билан бирга бериладиган сурат, аудио ва видео материалга берилади. Бугунги кунда инглиз матбуоти айнан интернетдаги фаолияти, имкониятлари ва аудиториясининг кучи билан телевидение ва радио билан бемалол рақобатлаша олмоқда. “mirror.co.uk” сайти муҳаррири Стив Пурселлнинг фикрига кўра, ҳозирда газеталарда етарлича устунлик бор. Эндиликда

---

<sup>1</sup> [www.iht.com](http://www.iht.com) - 08.04.2014

улар беш киши ва битта камера билан ўқувчи эътиборини ушлаб қолмоқда<sup>1</sup>.

Хусусан, 2007 йил “The Guardian” нашри видеоконтентини ривожлантириш учун 15 млн фунт маблағ сарф этди. “Financial times”, “Times”, “Daily Telegraph”, “Mirror”, “Sun”, “The evening post” нашрлари ҳам сармоя ажратишди. Натижада Буюк Британиянинг бир ярим мингдан ортиқ газетаси ва икки мингга яқин журнали интернетда фаолият юритмоқда<sup>2</sup>.

Яна бир мисол, хитой, рус, инглиз, япон, француз сингари 15 га яқин тилда нашр этиладиган, адади қарийб 3 млн.ни ташкил этадиган Хитойнинг **“Жэньминь Жибао”** нашрининг on-line шакли<sup>3</sup> ҳам интерфаоллиги, тезкорлиги билан ажралиб туради. Халқаро нашрлар, жумладан, Хитой нашрлари on-line версиясида кучайиб бораётган тенденциялардан бири қарийб ҳар бир материалга видеолавҳалар бириктириш ва уларни ижтимоий сайтларга боғланган ҳолда муҳокама қилиш ва ёйиш хусусиятидир. Бу нарса ахборот тўғрисида тўлақонли маълумотга эга бўлиш, унинг юзасидан ўз фикрини баён этишни оширади.

Мамлакатимиздаги анъанавий газеталарнинг электрон версияси билан чет давлатлардагиларнинг фарқли жиҳатларидан бири обунанинг интернет орқали йўлга қўйилмаганлиги. Биз кузатган халқаро on-line нашрларнинг қарийб барчасида бу функция бажарилади.

Россияда “Янгиликлар ва ОАВ” категориясида 2013 йил энг яхши сайтлар топ-10 талигига киритилган “Аргументы и факты”нинг веб-сайти мисолида обуна ёхуд газетага эга бўлиш масаласини чуқурроқ ўргансак.

---

<sup>1</sup> Баранова Е.А. Особенности влияния процесса конвергенции на газетную периодику Великобритании. – Медиакоп. 2009. – №4.

<sup>2</sup> [www.mediauk.com](http://www.mediauk.com) – 18.04.2014

<sup>3</sup> [www.people.com.cn](http://www.people.com.cn) - 14.04.2014

## Еженедельник "Аргументы и Факты"



Еженедельник "Аргументы и Факты"  
Тормоз экономики - низкие зарп.

ОНЛАЙН-ПОДПИСКА

КУПИТЬ PDF-ВЕРСИЮ

Газетанинг Москва ва Москва вилоятида сотиш тавсия этилган нархи 14 рублни ташкил этади. Агар интернет орқали on-line обуна бўлсангиз битта сонини 12 рублга олишингиз мумкин. Бу фойдаланувчи учун ҳам иқтисодий тарафдан қулай, ҳам ташқарига чиқмаган ҳолда газетани ўқиш имконини беради. Шунингдек, "Аиф" iPhone, iPad ва Android мобиль телефонлар учун махсус иловалар ҳам чиқарган.

Электрон ва анъанавий газета фаолиятини қиёсий таҳлил этар эканмиз, унинг иш тартиби, таҳририяти, унга ажратилган ходимлар ва уларнинг вазифаларига ҳам тўхталиб ўтишимиз лозим.

Юртимизда босма ОАВнинг аксар веб-ресурслари интернетдаги сайтига газетанинг иловасидек қарашади. Ҳолбуки, у газетадан алоҳида, маълум даражада мустақил медиа-лойиҳа сифатида иш юритиши лозим. Маҳаллий тадқиқотчилардан бири Н.Муратова шундай тақлиф билдиради: "Оддий нашрларнинг интернет версияси шундай схема бўйича ишлаши керак: информацияни битта манбадан олиш – иккита редакцияда ишлаш. Биринчиси – биз билган оддий таҳририят, иккинчиси ихтисослашган интернет редакция. У олинган информацияни айнан глобал тармоқ нуқтаи назаридан кўриб чиқади ва тақдим этади"<sup>1</sup>. Мутахассиснинг фикрини тасдиқлаган ҳолда қўшимча қилишимиз мукинки, бундай вазиятда иккинчи таҳририятда фаолият кўрсатадиган ходимларга маош тўлаш, уларнинг билим ва малакасини оширишга алоҳида эътибор қаратиш лозим бўлади.

<sup>1</sup> Муратова Н. Журналистика в Интернет: особенности on-line изданий Узбекистана и их функционирование в условиях глобального информационного рынка// Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук. – Т.: НУУз, 2011. – 13-б.

## **I боб бўйича хулосалар**

Юқорида баён этганларимиздан қуйидагиларни хулоса қилиб айтишимиз мумкин:

1. Интернет журналистикага, жумладан, on-line нашрларга ҳамон турлича муносабатда бўлинмоқда. Шунга қарамай, соҳа мутахассислари, олим ва тадқиқотчилар орасида интернетни алоҳида ОАВ сифатида, интернет журналистикани эса журналистлик фаолиятининг мустақил йўналиши сифатида тан олувчилар тобора кўпчиликни ташкил этмоқда.

2. Маҳаллий тадқиқотчилар юртимиздаги интернет нашрларни икки турга бўлади ва фикримизча мазкур бўлиниш асосли.

3. Қандай таснифланишига қарамай, ҳар иккиси: босма ва электрон нашр Ўзбекистон Республикасида ОАВ тури саналади. 2007 йил янги таҳрирда қабул қилинган “Оммавий ахборот воситалари тўғрисида”ги қонуннинг 4-моддаси фикримизни тасдиқлайди.

4. Маҳаллий тадқиқотчилар фикрига таяниб айтишимиз мумкинки, мамлакатимиздаги ОАВларнинг глобал тармоққа чиқиш хронологиясини 4 босқичга бўлинади. 1-босқич 1996-1999 йилларни ўз ичига олса, 2-босқич 2002 йилдан, 3-босқич 2007 йилдан, 4-босқич 2011 йилдан бошлангани қайд этилади.

5. Бундан ташқари, мамлакатимиздаги босма ва уларнинг электрон нашрларини қиёсий таҳлил этганимизда UzNet тармоғидаги электрон нашрларнинг асосий камчилиги глобал тармоқ тақдим этаётган имкониятлардан тўла фойдаланмаётганидир. Бу айниқса, босма нашрларнинг электрон нусхаларида яққол сезилмоқда.

- Тадқиқот давомида ўрганилган 15 га яқин электрон нашрлар ичида “Ўзбекистон овози”, “Оила даврасида”, “Uzbekistan today” газеталарининг веб-сайтлари интернет газета талабига жавоб бериши маълум бўлди.

- Мамлакатимиздаги анъанавий газеталарнинг электрон версияси билан чет давлатлардагиларникини қиёслаганда дизайн, контент,

тезкорлик, мультимедиа воситалари билан бойитилганлик, шунингдек, on-line обуна бўлиш имкониятида сезиларли тафовутлар мавжуд.

- Электрон ва анъанавий газета таҳририятларининг алоҳида бўлиши, унга ажратилган ходим, уларнинг маоши ва вазифалари аниқ белгилаб олиниши мақсадга мувофиқ.

## 2-БОБ. Интернет нашрларнинг имкониятлари ва истиқболи

### 2.1. Интернет нашр интерфаол журналистика кўриниши сифатида

Интернет журналистиканинг пайдо бўлиши ва тез суръатлар билан ривожланиши унинг ижодий ходимлари, журналистлар – “қалам аҳли”га янги имкониятлар, қулайликлар тақдим этди. Интернет журналистининг қуроли фақат сўз эмас. Энди у ўз ижод маҳсулини чегераланмаган маконда фотосурат, график тасвирлар, аудио ва видеолар билан бойитиши, ўқувчиси билан мулоқотга киришиши, унинг фикр-мулоҳазаларини билиши, ёзган материални ўзи истаган вақтда тезкор янгилаб туриши, фойдаланувчининг ахборотга бўлган талабини қондириши мумкин. Интернет журналистика ОАВнинг бошқа бирор тури қамраб ололмаган имкониятларга эга бўлди. Улардан биринчиси мультимедиа имкониятларидир.

**Мультимедиа** (инглизча “multi” – “кўп” ва “media” – “тарқатувчи”, “муҳит” сўзларидан олинган<sup>1</sup>) – замонавий дастур ва техника воситалари ёрдамида матн, овоз, графика, фото ва видеоларни жамловчи аудиовизуал технология<sup>2</sup>. Яъни, уни матн, расм, овоз, видео тасвирларнинг камида иккитаси бирлашган ҳолда ахборот узатиш воситаси, дея таърифлаш мумкин. Мультимедиа маълумотларнинг аниқ ва тушунарли бўлиши таъсирчанлигининг ошишига хизмат қилади. Мультимедиа бир неча кўринишларга, таркибий қисмларга эга. Булар:

**Гиперматн** — материал ичидаги муҳим, кўшимча маълумот талаб этадиган сўз ва жумлани бошқа саҳифага боғловчи ҳаволалар киритилган мантдир. Боғланган саҳифага сичқонча тугмасини ўша сўз устида босиш орқали ўтилади. Гиперматнда берилган маълумот оддий матндагидан кўра тушунарлироқ ва таъсирчанроқ. Сабаби унда ҳаволалар орқали расм, жадвал ва бошқа кўшимча маълумотлар берилган бўлади. Мисол

---

<sup>1</sup> [www.russianpromo.ru/glossary](http://www.russianpromo.ru/glossary)

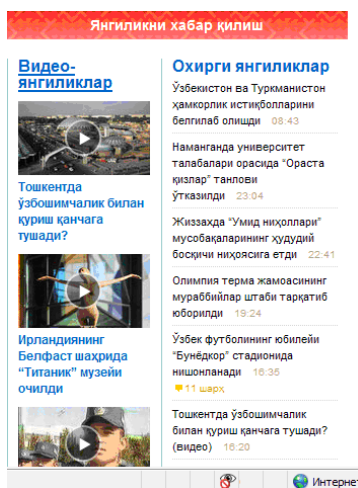
<sup>2</sup> [ru.wikipedia.org/wiki](http://ru.wikipedia.org/wiki)

тариқасида электрон нашрлардан бирида берилган қуйидаги матни олиш мумкин. Унда хабарга бевосита тегишли бўлган иккита ҳавола киритилган: “... Миллий кутубхона [сайтида](#) берилган маълумотга кўра, аъзо бўлиш вақтида талабалар учун 50 фоизли имтиёз бор. Иш тартибининг тўлиқ кўриниши билан Ўзбекистон Миллий кутубхонаси сайтида [танишиш мумкин](#)”<sup>1</sup>.

**Суратлар.** Бугунги электрон нашрларда энг кўп қўлланилувчи мультимедиа имкониятларидан бири бўлиб, улар материалда баён этилаётган воқе-ҳодиса ҳақида тўлароқ тасаввурга эга бўлиш, интервью берувчи шахс кимлигини билиш, ўқувчи эътиборини жалб этиш мақсадида қўйилади. Ундан фоторепортаж, фотофакт жанрларида кўпроқ фойдаланилади. Ҳозирда кўпгина электрон нашрлар ўзининг фотогалереясига эга.

**Аудио.** Турли форматларда берилувчи аудио маълумотлар, кўпроқ интервью жанридаги материалларда фойдаланилади. Тезлиги юқори бўлмаган интернет провайдерларида аудио маълумотларни эшитиш бироз қийинчилик туғдиради. Унинг устунлиги шундаки, расм каби у ҳам таъсирчан далил бўлиши мумкин.

**Видео.** Борган сари электрон нашрларда кенгроқ фойдаланилаётган



мультимедиа воситаларидан бири. У ҳам хабар таъсирчанлиги ва ишонарлилигини оширишда қўл келади. Айниқса, бугунги кунда видеолавларни ҳаваскор видеоаппарат ёки уяли телефонда олиш имконияти видеоматериалларнинг ортиши ва уларга бўлган қизиқиш кучайишига сабаб бўлмоқда. Аммо видеолавлар киритилган саҳифани очиш ва юклаш

қийинчилик туғдиради.

<sup>1</sup> [www.kun.uz/2012/03/27/library](http://www.kun.uz/2012/03/27/library)

**Анимация.** Бу бир неча расмларнинг прогрессив тарзда ишлатилиши ва ҳаракатни келтириб чиқаришидир. Кўпгина сайтларда ундан маълумотлар лентасини алмашиб турувчи суратлар орқали беришда кенг қўлланилади. “Айни пайтда интернетдаги 88 фоиз веб-саҳифаларда анимациялардан фойдаланилади”<sup>1</sup>.

Интернет нашрларнинг мустақил ОАВ сифатида тан олиншига унинг техник ва технологик имкониятлари асосий сабаб бўлганини олимлар ҳам таъкидлайди: “унинг ОАВ сифатида характерланадиган асосий сифатларига глобаллик, интерактивлик, мультимедиавийлиги ва гиперматнлилигини мисол қилиш мумкинки, бу сифатлар ўз навбатида нафақат информацион ресурнинг мазмунига, балки информацияни тайёрлаш, қайта ишлаш, сақлаш ва етказиш жараёнларига ҳам таъсир ўтказди”<sup>2</sup>. Мана шу имкониялардан самарали фойдаланиб келаётган Ўзбекистондаги соф электрон нашрларга kun.uz, daryo.uz, podrobno.uz кабиларни киритиш мумкин. Хусусан, 2014 йил 6 май ҳолатида Google Analytics маълумотларига кўра, daryo.uz сайтига 20 мингдан ортиқ ташрифчи кирган, 79 мингдан ортиқ саҳифа кўришлар амалга оширилган<sup>3</sup>. Таққослаш учун, худди шу куни gazeta.uz сайтига 16 мингга яқин ташрифчи кирган, 36 мингдан ортиқ саҳифа кўришлар амалга оширилган.

Уларнинг дизайни, тезкор янгиланиб туриладиган рукнлари, хилма-хил саҳифалари, нафақат фотосурат ва фоторепортажлар, балки аудиоянгиликлар бўлимига эга эканлиги таҳсинга сазовор. Бироқ уларнинг ҳеч бирида ҳозирча видеоянгиликлар бўлими мавжуд эмас. Буни саҳифада бир нечта мультимедиа воситаларини қўллаш уни очиш ва ишлаш тезлиги камайиши билан изоҳлаш мумкин. “Сайтга қўйилаётган ҳар бир материал қайта ишланиб, фойдаланишга қулай бўлган форматда

---

<sup>1</sup> Қосимова Н. Интернет журналистиканинг технологик асослари. – Т.: Ўзбекистон мустақил босма оммавий ахборот воситалари ва ахборот агентликларини қўллаб-қувватлаш ва ривожлантириш жамоат фонди, 2012. – 83-б.

<sup>2</sup> Рашидова Д. Интернет в Узбекистане: возможности и проблемы. - Т.: Zar-Qalam. 2003. – 31-б.

<sup>3</sup> <http://muxim.livejournal.com> – 17.05.2014

берилиши, сурат ва тасвирлар жуда “оғир” бўлмаслиги (тармоқда битта фотосурат юкланиши учун 15 секунддан кўп вақт кетмаслиги) керак”<sup>1</sup>. Шунини инобатга олган ҳолда электрон нашрлар фойдаланувчига осон бўлиши учун улардан тежамли фойдаланишга ҳаракат қилиши лозим.

Санаб ўтилган мультимедиа имкониятлари глобал тармоқнинг яна бир фарқли жиҳати — интерактивлик билан туташиб кетади.

**“Интрактивлик” (интерфаоллик)** сўзининг луғавий маъносидан (инглиз тилида “inter”-ўзаро, “action”-ҳаракат, фаолият) ҳаракатланиш, ўзаро таъсир қилиш, тор маънода ахборот алмашиш, кенг маънода эса ижтимоий таъсир кўрсатиш, мулоқот жараёнида ахборот алмашинувининг икки тарафлама фаоллашуви назарда тутилади”<sup>2</sup>. Интернетнинг интерактив воситаларига бир қанча мисоллар келтириш мумкин. Асосийлари қуйидагилар:

- “Форум.
- Меҳмонлар китоби.
- Сўровлар.
- Муаллифнинг э-почтаси”<sup>3</sup>.

**Сўров** — сайт аъзолари ва фойдаланувчилар ўртасида у ёки бу мавзуда ўтказилувчи савол-жавоб. Босма нашрлардан бирининг электрон сайтида берилган сўровномани мисол тариқасида келтирамиз<sup>4</sup>.

Бу каби сўровлар сайт ўқувчиларининг истак-хоҳишидан хабардор бўлиш, уларга кўпроқ қайси рукн ва мақолалар ёқаётганини аниқлаш, сайтга қандай ўзгартиришлар киритиш кераклигини белгилашда қўл келади. Шунингдек, босма нашр сайтида ўтказиладиган сўровлар тайёрланаётган мақоладаги у ёки бу фикрга аҳолининг муносабатини аниқлаш, статистик маълумотлар йиғишда ёрдам беради. Хусусан,

<sup>1</sup> Ворошилов В. Журналистика. – М., 2010. – С.149.

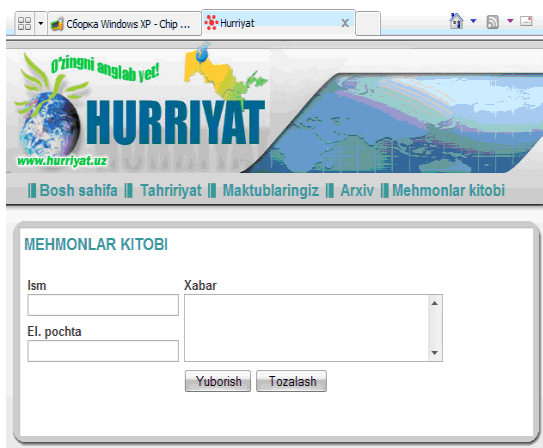
<sup>2</sup> Ортикова Ю. Интрактив журналистика. – Т.: MUMTOZ SO’Z, 2011. – 6-б.

<sup>3</sup> Қудратхўжаев Ш. XXI асрда ким етакчи бўлади?//Ўзбекистон матбуоти. 2010. – №6.

<sup>4</sup> [www.darakchi.uz](http://www.darakchi.uz) – 16.05.2014

“Аргументы и факты” газетасининг веб-сайтида<sup>1</sup> турли мавзудаги интернет-сўровлар ўтказилади ва газетанинг деярли ҳар бир сонидан ўртача 5тадан интернет-сўров киритилган мақолалар чоп этиб борилади.

**Меҳмонлар китоби.** Унда сайтга ташриф буюрган меҳмонлар ўз фикр-мулоҳазаларини ёзиб қолдириши ёки уларни қизиқтирган саволларни сайт таҳририятига йўллаши мумкин. Масалан, “Хуррият” газетасининг веб нашри<sup>2</sup>даги “Меҳмонлар китоби” шундай кўринишга эга.



**Шарҳ қолдириш** — интерактивликнинг энг ёрқин намуналаридан бири бўлиб, бу хизмат деярли барча сайтларда йўлга қўйилган. Бунда материал остида ўқувчи шахсий фикрини ёзиб қолдириши учун махсус жой ажратилади. Аксарият сайтларда энг кўп ўқилган материаллар қатори энг кўп шарҳ қолдирилганлари мониторинг қилиб борилади.

Интернетда мультимедиа ва интерактивлик, аввало, ундаги тезкорлик сабаб ривожланиб, такомиллашиб бормоқда. Хабарларни янгилаш, саҳифадан саҳифага ўтиш, керакли маълумот ва суратларни юклаб олиш, шарҳ қолдириш — буларнинг барчаси сонияларда амалга оширилади. Тезкорликда ҳозирча интернетга тенг келадиган рақобатчи йўқ. “2012-2014 йилларга мўлжалланган “Ахборот коммуникация технологияларини жорий этиш ва ривожлантириш дастури”га кўра,

<sup>1</sup> [www.aif.ru](http://www.aif.ru)

<sup>2</sup> [www.uzhurriyat.uz](http://www.uzhurriyat.uz) 11.04.2012

мамлакатимизда аҳолининг интернет тармоғига уланиш тезлиги 2 баравар ошиши, нархи эса 25 фоизга пасайиши режалаштирилган”<sup>1</sup>.

Бутунжаҳон ўргимчак тўрининг қуйидаги афзалликларини ҳам санаб ўтиш лозим:

**Очиқлик.** Тармоқ – ҳар бир хоҳловчи учун очиқ. Бунинг учун фақат интернетга уланган компьютер керак холос.

**Географик макон чегараланмаганлиги.** Интернетдан кунига 24 соат, йилига 365 кун Ер шарининг қай бир маконида бўлишингиздан қатъий назар фойдаланишингиз мумкин.

**Марказлашмаганлиги.** Бу ҳақда рус тадқиқотчиларидан бири С. Машкова шундай ёзади: “Интернет тармоғи ривожини, ундаги ахборот ресурсларига киритилган информация мазмунини назорат қилувчи марказлашган тизим мавжуд эмас”<sup>2</sup>.

**Ўлчов (ўлчанганлик).** Тармоқдаги деярли барча ахборот рақамлашган бўлади. Сайт эгаларига ўша тармоққа қачон ва қанча киши ташриф буюргани, уларни нима қизиқтиргани, қайси саҳифаларни томоша қилгани ҳақида доимий ахборот келиб туради. Шу жумладан, қайси саҳифадаги қайси мақола неча марта ўқилгани ҳисоблаб борилади.

Интернетнинг ўзига хос томонлари ва электрон нашрнинг ўзига хос жиҳатлари — бу иккита, аммо бир-биридан айри тасаввур этиб бўлмайдиган тушунчалар. Глобал тармоқнинг бир қисми бўлмиш электрон нашр интернет хусусиятларини ўзида жамлайди ва унинг имкониятларидан унумли фойдаланишга ҳаракат қилади. Айнан электрон нашрларнинг ўзига хос жиҳати, афзаллигидан бири — унда архив хизмати мавжудлигидир.

**Архив.** Босма нашр веб сайтларининг энг қулай томонларидан бири уларда бир неча йил давомида газетада нашр этилган мақолаларнинг электрон нусхалари сақланишидир. Ўқувчи зарур хабар ёки мақолани

---

<sup>1</sup> [www.olam.uz](http://www.olam.uz) – 4.04.2012

<sup>2</sup> Машкова С. Интернет журналистика. – Тамбов: Издательство ТГТУ, 2006. – С.11.

архив бўлимидан тезликда излаб топиши мумкин. Масалан, “Маърифат”, “Хуррият” газеталарининг on-line шаклидаги архив бўлимида 2006 йилдан буён нашр этилган мақолалар сақланади. Керакли материални топиш учун архив саҳифасидаги махсус жойда сана, рукн, бўлим номи танланиб, қидирув эълон қилинади.

**Махсус лойиҳалар.** “Катта қизиқиш ва эътиборга сазовор бўлган ва таҳририятда унга бағишланган мақолалар кўп бўлганда”<sup>1</sup> махсус лойиҳа ёки махсус рукнлар очилади. Бундан ташқари айрим босма нашр веб сайтларида ташкил этилган китоб ва диск савдоси, хайрия бўлимларини махсус лойиҳалар сирасига киритиш мумкин. Масалан, “Аргументы и факты” газетасининг веб-сайтида<sup>2</sup> “**АиФ. Доброе сердце**” хайрия фонди учун “Пожертвование”(эхсон) қайноқ нуқтаси ташкил этилган. Хайрия қилишни истаган киши сичқончанинг биргина тугмаси билан хоҳлаган миқдордаги маблағни фонд ҳисобига ўтказиши мумкин.

**Блоглар.** Ҳозирда махсус блог сайтларидан ташқари айрим босма нашрларнинг on-line шакли ва соф электрон нашрларда блог хизмати йўлга қўйилган. Кўпчилик бугунги замонавий журналистнинг, албатта, ўз шахсий блоги бўлиши керак, деб ҳисоблайди. Блог ўзи нима? Блог — “фикрлар, шарҳлар ва гиперҳаволалар мавжуд бўлган шахсий кундалик”<sup>3</sup> бўлиб, фикр-мулоҳазалар, у ёки бу воқеага нисбатан муносабат, бошдан ўтган, бошқалар билан бўлишмоқчи бўлган таассуротлар баён этиладиган жойдир. “Блог — жамоат баҳс-мунозаралари учун макон вазифасини ўташи мумкин”<sup>4</sup>. Блогга эга бўлиш ва унда ёзиш учун ёзувчи ёки журналист бўлиш шарт эмас. Шу сабаб ҳам блоггер (блог юритувчи)лар сони тобора ошиб бормоқда. Блог материаллари текширилмаслиги ва цензуранинг йўқлиги унда ҳар ким ўз фикрини эркин баён этиш,

---

<sup>1</sup> Қосимова Н. Интернет журналистиканинг технологик асослари. – Т.: Ўзбекистон мустақил босма оммавий ахборот воситалари ва ахборот агентликларини қўллаб-қувватлаш ва ривожлантириш жамоат фонди, 2012. – 60-б.

<sup>2</sup> [www.aif.ru](http://www.aif.ru) -15.05.2014

<sup>3</sup> Рашидова Д. К. Интернет журналистика. – Т.: Журналистларни қайта тайёрлаш халқаро маркази, 2007. – 23-б.

<sup>4</sup> [ru.wikipedia.org/wiki](http://ru.wikipedia.org/wiki)

бошқаларнинг шу мавзу юзасидан фикрини билиш, фикр алмашиш имконини беради. Масалан, “Экономическое обозрение” журналі блог бўлими<sup>1</sup> блоглар ўртасидаги топ-рейтингнинг 2-поғонасида туради(14.04.2012 ҳолатида). Унда турли муаллифлар томонидан ёзилаётган иқтисодий, ижтимоий мавзулар, техника соҳасидаги материаллар катта қизиқиш билан ўқилади. Масалан, Латиф Норовнинг “Электронная торговая площадка” сарлавҳали мақоласи 1256 марта ўқилган. 2013 йили Ўзбекистонда илк бор **Блоггерлар чемпионати** ташкил этилди. Мазкур лойиҳа “очиқ танлов” мақомида бўлиб, чемпионат қоидаларига мувофиқ унда интернет тармоғида ўзининг шахсий саҳифаси (блог, веб-сайт) орқали ўзбек тилида блог юритувчи фуқаролигидан, миллатидан қатъий назар жисмоний шахслар катнашди. Шунингдек, истисно тарзида блог юритмайдиган, лекин ўзбек тилида мақола, блогпост ёзадиганлар ҳам танловда иштирок этди. Танловда иштирок этиш истагини билдирганлар сони кўплиги ва уларнинг фаоллиги мамлакатимизда ўз блогига эга бўлганлар ва ўзини блоггердек ҳис этиб, фикр-мулоҳазаларини баҳс майдонига ташловчилар кўплигини тасдиқлади. Танлов натижаларига кўра, 1-ўрин: Мухрим Аъзамхўжаев (<http://muxrim.livejournal.com/113435.html>) – 1 миллион сўм ва бир йилга текин домен ҳамда 500 mb хостинг мукофот билан, 2-ўрин: Иноят Хон (<http://www.istudyandwork.com/6/post/2014/03/-10000.html>) – 200 минг сўм, “Sony Reader e-Ink technology” электрон китобларни ўқиш қуриламаси (BookReader) ва 8GB ҳажмли флешка билан, 3-ўрин: Шермуҳаммад Абдуғофуров (<http://shermuhammad.com/migrants/>) – 150 минг сўм ва 16 GB ҳажмли флешка билан мукофотланди. Мазкур танлов муносабати билан очилган расмий сайт<sup>2</sup> ҳозирда 100га яқин ўзбек тилидаги блогни ўзида мужассам этган.

---

<sup>1</sup> [www.blog.cer.uz](http://www.blog.cer.uz) - 14.04.2012

<sup>2</sup> [www.uzbloggerlar.blogspot.com](http://www.uzbloggerlar.blogspot.com) -15.05.2014

Глобал тармоқ ва электрон нашрларнинг биз юқорида санаган барча афзаллик ва қулайликлари бўлишидан ташқари унинг энг муҳим устунлиги — электрон нашр юритишнинг босма нашрга қараганда **арзон тушиши**дир. Интернет-ОАВда истеъмолчиларнинг фойдаланиши рақамли кўринишда бўлади. Демак, қоғоз, босмохона, обуна, тарқатиш каби масалалар ўз-ўзидан йўқолади. Испаниядаги Madridiario.es электрон нашри муҳаррири Педро Монтольо шундай фикр билдиради: “Madridiario.esнинг босма нашри умуман йўқ. Испанияда босма нашр юритиш жуда қиммат. Уни тарқатишга кетадиган сарф-ҳаражат ҳам катта. Электрон нашр анча арзонроқ тушади. Испаниядаги барча ОАВ: радио, телевидение, газета, журнал интернетда ўз веб сайтыга эга. Бу бозорга кириш, бошқалардан ажралиб туриш ва энг яхшилар рўйхатида бўлиш – ўта мушкул”<sup>1</sup>.

## **2.2. Интернет газета шакли ва услубидаги тажриба ва муаммолар таҳлили**

Анъанавий ва е-газеталарни шаклан қиёс этар эканмиз, бири қоғоздаги — ушлаб, ҳатто хидлаб бўладиган нарса эканини, иккинчиси эса фақат электрон кўриниш, асл мағзи рақамли форматдан иборат бўлган, компьютер воситасидагина ўқиш мумкин бўлган ходиса эканига урғу бериш лозим. Шундай бўлса-да, иккиси ҳам бир мақсад, журналистиканинг умумэътироф этилган вазифаларини бажаради. Фақат ўз йўли ва услуби билан. Хўш, on-line нашрларнинг оддий нашрлардан фарқи шаклидагина холосми? Йўқ, уларнинг нафақат шакл, балки услубида ҳам кўплаб тафовутлар, ҳал этилиши лозим бўлган муаммолар бор.

Тафовутлардан яққол намоён бўладигани, бу нашрларнинг адади ва даврийлигига боғлиқ. Масалан, “Маърифат” газетаси ҳафтада икки марта, 59043 тиражда чоп этилса (2014 йил май ҳолатига кўра), унинг веб-

---

<sup>1</sup> Монтольо П. Доступ к электронной прессе должен быть свободным//Журналист. 2007. – №8. С.11

саҳифаси ҳар куни янгилашиш, маълумотларни бойитиш, ўз аудитоияси билан юзлашиш ва макон чегарасини тан олмай тарқалиш имконига эга бўлади.

Электрон нашр муаммолари деганда тасаввурда уйғонадиган биринчи масала — бу муаллифлик ҳуқуқининг бузилишидир. Ўзбекистон Республикасида “Муаллифлик ҳуқуқи ва турдош ҳуқуқлар тўғрисида” қонун қабул қилиниб, интеллектуал мулкни ҳимоя қилишга катта аҳамият берилади. Аммо глобал тармоқ сайтларида мақолаларнинг муаллифи кўрсатилмаган ёхуд тахаллус билан берилиши, турли мақолалардан юлиб олиб, битта мақола “ясаш” ва ўз номидан бериш муаллифлик ҳуқуқи бузувчиларини топиш ҳамда бу муаммони ҳал этишни яна мураккаблаштиради.

Қозоғистонда чоп этиладиган “Робита” газетаси сайтида<sup>1</sup> “Маърифат гулшани” номли ижтимоий-маърифий газетада нашр қилинаётган деярли барча мақолалар муаллифларининг рухсатисиз, айрим мақолаларнинг эса муаллифлари ўзгартирилган ёки муаллиф номи кўрсатилмай берилаётгани ҳақида “Маърифат гулшани” ўз сонларидан бирида маълумот берди<sup>2</sup>. Шунингдек, [mgpress.ucoz.org](http://mgpress.ucoz.org) (Қозоғистон) сайтида “Суғдиёна”, “Даракчи” газеталаридаги мақолалар муаллифлари ўзгартирилган ҳолда берилганлигини ва мазкур ҳолат юзасидан юртимиздаги тегишли ташкилотларга расмий мурожаат қилганини баён этди<sup>3</sup>.

Муаллифлик ҳуқуқи бузилишига доир бу каби ҳолатлар афсуски тез-тез учраб туради. Бунга ечим топиш, олдини олиш учун ўша сайт, компьютер қаршисида ўтириб ёзаётган инсоннинг ҳақиқий on-line журналисти, малакали мутахассис, журналист одоби ва этик меъёрларга, Ўзбекистон қонунчилигига амал қилувчи шахс бўлиши етакчи омилдир.

---

<sup>1</sup> [www.somonyoli.ucoz.ru](http://www.somonyoli.ucoz.ru)

<sup>2</sup> Пасткашларнинг талвасалари//Маърифат гулшани. 2011. - 49-сон.

<sup>3</sup> Ўша нашр, ўша сон.

Қолаверса, электрон нашрларни назорат қилувчи махсус ташкилот ёки кучли тизимни ишлаб чиқиш ва йўлга қўйиш керак.

Маълумки, муаллифлик ҳуқуқи бузилиши Ўзбекистон Республикасининг “Муаллифлик ҳуқуқи ва турдош ҳуқуқлар тўғрисида”ги қонуни асосида тартибга солинади. Аммо интернет журналистикада одоб-ахлоқ меъёрларининг бузилиши кузатилмоқдаки, уларни қонунан тартибга солиш ўта мураккаб. Жамият, инсонларнинг ўзи тўла англаб етган ҳолда жамоатчилик назоратини йўлга қўйиши керак.

Атоқли ўзбек адиби Асқад Мухторнинг айтган бир ҳикматли гапи бор: “Океан орқали телефон алоқаси ўрнатилди, энди одамлар бемалол гаплашади.

Бунга бобо дебди:

— Уларнинг нима орқали гаплашишининг аҳамияти йўқ, нима ҳақида гаплашишади — шуни айтинг”<sup>1</sup>.

Дарҳақиқат, ушбу ҳикматли гап бугун ҳам ўз қимматини йўқотмаган. Журналистиканинг бир тури бўлмиш интернет журналистика инсонларнинг фақат ахборотга бўлган эҳтиёжини қондириш эмас, уларга маънавий озуқа бериши, уйғоқ фикрлашга ундаши керак. Ҳар бир фойдаланувчи маънавиятимиз, шарқона одоб-ахлоққа зид нарсалар билан онгини захарлашига йўл қўймаслиги керак. Интернетдан фойдаланувчиларнинг аксарини ёшлар ташкил этиши эса бу масала долзарблигини янада оширади. Президентимиз Ислон Каримов “Ҳаммамиз яхши биламиз — 15 дан то 18 ёшгача бўлган давр инсон умрида энг нозик, энг мураккаб даврдир. Шу ёшда инсон онги, хулқи ва ахлоқи, маънавий қиёфаси тугал шаклланади. Ҳали суяги қотмаган фарзандларимизни ўз ҳолига ташлаб қўйсақ, тарбияси, илми ва маънавияти билан шуғулланмасак, келажакда уларнинг комил инсон бўлиб етишмоғига ким

---

<sup>1</sup> Умарова Н. Босма нашрларнинг веб версиялари: ўзига хослиги ва дизайни. Журналистлар ихтисослашуви борасида турли йўналишларда ўтказилган ўқув-услубий семинарлар бўйича материаллар тўплами. – Т.: Ўзбекистон мустақил босма оммавий ахборот воситалари ва ахборот агентликларини қўллаб-қувватлаш ва ривожлантириш жамоат фонди, 2012. – 203-б.

кафолат бера олади?”<sup>1</sup> дея жон куйдириб гапиришлари бежиз эмас. Компьютер технологиялари ва глобал тармоқ қанчалар такомиллашиб боргани сайин уни назорат қилиш имконсиз бўлиб бормоқда. Одоб-ахлоқ меъёрларини чеклаб ўтувчи сайтлар ўзбек йигит-қизлари тарбиясига салбий таъсир кўрсатмаслиги учун қўлланилаётган чора-тадбирларни эса тўла самарали, деб айтиб бўлмайди.

Бу мавзу ҳақида мамлакатимиздаги оммавий ахборот воситаларида ҳам тез-тез бонг урилмоқда. Нашрлардан бирида шундай дейилади: “Халқнинг маънавияти ва маданияти, ҳақиқий тарихи ва ўзига хослигининг қайта тикланиши жамиятни янгилаш ва тараққий эттиришда хал қилувчи аҳамиятга эга эканидан келиб чиқиб ахборот тизимида миллий хусусиятларнинг ҳар томонлама кенг ва ишончли ифодаланишини таъминлаш зарур”<sup>2</sup>.

Электрон нашрларда кузатилаётган мазмуний муаммолар ҳам йўқ эмас. Масалан, тармоқдаги материалларда берилаётган маълумотлар тўғрилиги, текширилганлиги ва ишончлилигининг шубҳа остида эканидир. Босма нашрдаги ҳар бир хабар ёки мақола босқичма-босқич аввал ўша бўлим муҳаррири, кейин масъул котиб, сўнг бош муҳаррир ва ниҳоят навбатчи муҳаррирлар назоратидан ўтади ва ҳар бир сўз, жумла, айниқса, фактларнинг аниқлиги ва тўғрилиги имкон қадар текширилади. Глобал тармоқда текширилганлик, ишонччилик эмас, тезкорлик биринчи ўринга чиқади. Қолаверса, сайтларда айрим мақолаларда муаллиф исмининг кўрсатилмаслиги ёхуд тахаллус билан берилиши нотўғри хабар тарқатган инсонни топиш ишини қийинлаштиради. Шу сабаб ахборот хуружлари ҳам айнан интернет сайтлари орқали амалга оширилади. “Ахборот эркинлиги принциплари ва кафолатлари тўғрисида”ги қонуннинг 7-моддасига кўра, ОАВ “ўзлари тарқатаётган ахборотнинг ҳаққонийлиги учун ахборот манбаи ва муаллифи билан биргаликда қонунда белгиланган тартибда

<sup>1</sup> Каримов И. Хавфсизлик ва барқарор тараққиёт йўлида. – Т.: Ўзбекистон, 1998. – 6-жилд. – 11-б.

<sup>2</sup> Каримов Ф. Ахборот тизимида миллий хусусиятлар//Ўзбекистон матбуоти. 2010. – №6.

жавобгар бўладилар”. “Ахборот олиш кафолатлари ва эркинлиги тўғрисида”ги қонуннинг 11-моддасига мувофиқ ОАВ “Эълон қилинаётган ахборотнинг тўғрилигини текшириб кўришлари шарт ва улар ахборот берувчи билан биргаликда унинг тўғрилиги учун жавобгар бўладилар”.

Хатоликлар исмлар, жой номлари, саналар, айникса, рақамларда кўпроқ учрайди. Масалан, етакчи ахборот сайтларидан бўлган [www.UzDaily.uz](http://www.UzDaily.uz)<sup>1</sup> сайтида эълон қилинган хабарга эътиборингизни жалб қилсак: “...С 13 по 23 мая 2014 года студенты Ташкентского архитектурно-строительного института (ТАСИ) и Института искусств им. К. Бехзода, под руководством немецкого художника-дизайнера и французского архитектора будут создавать предметы искусства и обихода. Созданные предметы будут затем выставлены во дворе ТАСИ и представлены общественности, которая в рамках конкурса сможет проголосовать за лучшие работы”. Юқорида номи *К.Бехзод номидаги Санъат институти* деб зикр қилинган олийгоҳ аслида *К.Бехзод номидаги рассомлик ва дизайн институти* ҳисобланади. Сайтнинг бундай хатоликка йўл қўйганининг боиси мазкур таълим маскани собиқ Санъат институтининг биносига кўчган (номи ўзгармаган ҳолда) ва бу нарса шундай чалкашликни юзага келтирган, назаримизда.

Бироқ ўз аудиториясини йўқотишдан қўрқадиган электрон нашрда бу каби хатоликларга камроқ йўл қўйилади. Сабаби нотўғри хабар берилганлигини сезган фойдаланувчи кейинги сафар ушбу сайтдаги далилларга гумон билан қарай бошлайди. Оқибатда у мазкур сайтга яна киришдан воз кечиши мумкин. Аудиторияси ишончини сақлаб қолиш, ўз имижини туширмасликка уринган ҳар қандай сайт бераётган ахборот тўғрилиги ва текширилганлигига эътибор қаратади.

Интернет сайтларида этик меъёрларнинг бузилишига кўплаб чет мамлакатларда унчалик аҳамият берилмайди. Лекин сайтларда реклама бериш этикаси муҳим омил саналади. Аввало, электрон нашрларда

---

<sup>1</sup> <http://www.uzdaily.uz/articles-id-20292.htm> - 13.05.2014.

реклама беришнинг аҳамияти ва зарурати нимада эканлигини аниқлаб олсак. “INFO XIZMATI” ташкилоти директори А.Юсупов фикрича, “Сайтда реклама мавжудлиги — бу:

- Тижорат (реклама берувчилар) бозорида фаоллиги, бизнес шаффофлиги кўрсаткичи;
- Медиамаконга бўлган талаб кўрсаткичи;
- Сайтда реклама жойлаштиришга масъул ходимнинг муваффақиятли фаолияти кўрсаткичидир”<sup>1</sup>.

“Реклама — бевосита ёки билвосита фойда (даромад) олиш мақсадида юридик ёки жисмоний шахслар, маҳсулот, шу жумладан товар белгиси, хизмат кўрсатиш белгиси ва технологиялар тўғрисида ҳар қандай шаклда ва ҳар қандай воситалар ёрдамида конун ҳужжатларига мувофиқ тарқатиладиган махсус ахборот”<sup>2</sup>.

**Реклама** — сайтнинг молиявий аҳволига кўмаклашувчи ва барқарорлигини таъминловчи омиллардан биридир. У умумий бюджет томондан ҳам, ҳар бир мурожаат нархи жиҳатидан ҳам арзонроқ тушади. Интернет – реклама энг кам маблағда ҳам иш бошлаш имконини беради. Ўзбекистон республикасининг “Реклама тўғрисида”ги конуннинг 18-моддасига мувофиқ, “Реклама йўсинидаги хабарлар ва материалларни бериб боришга ихтисослашмаган даврий босма нашрларда реклама даврий нашр бир сони ҳажмининг 40 фоизидан ошиб кетмаслиги шарт, қолган реклама бепул илова тарзида берилиши керак” (ўша манба). Интернет нашрлар учун бундай чеклов мавжуд эмас. Кибер маконда реклама жойлаштиришдан реклама берувчилар ҳам манфаатдор. Зеро, интернет-рекламанинг таъсир кучи бошқа ОАВдагиларга қараганда анча кучли. Сабаби у мақсадли аудиторияга осон йўналтирилади, таклиф этилаётган

---

<sup>1</sup> Юсупов.А. Босма нашрларнинг электрон саҳифалари дизайннинг ўзига хос жиҳатлари ва қулайлиги, босма ОАВ веб-сайтлари контентини яратиш // Журналистлар ихтисослашуви борасида турли йўналишларда ўтказилган ўқув-услубий семинарлар бўйича материаллар тўплами. – Т.: Ўзбекистон мустақил босма оммавий ахборот воситалари ва ахборот агентликларини қўллаб-қувватлаш ва ривожлантириш жамоат фонди, 2012. – 177-б.

<sup>2</sup> “Реклама тўғрисида”ги Ўзбекистон Республикаси қонуни//Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлисининг Ахборотномаси 2010 й., 17 сентябрь.

махсулот ёки хизмат ҳақида тўлароқ тасаввурга эга бўлишга ёрдам беради. Чунки бугунги кунда интернет-реклама матн, графика, аудио ва видео каби кўшимча воситалардан фойдаланган ҳолда тақдим этилиш имконига эга. Глобал тармоқ рекламага зарур бўлганда оператив тарзда ўзгартириш киритиш, уни тўхтатиб қўйиш имконини беради. Бироқ кузатувлар шуни кўрсатдики, республикамиздаги босма нашрлар веб-сайтларининг аксари (“Жамият”, “Маърифат”, “Ўзбекистон овози” ва бошқ.)да реклама берилмаган. Фақат “Тошкент ҳақиқати”, “Оила ва жамият” сингари санокли нашр сайтларидагина реклама бериб борилади. 2 йил аввал “Халқ сўзи”нинг сайтида бирор реклама бўлмаган бўлса, ҳозир унда 10га яқин реклама жойлаштирилган ва алоҳида реклама рукни очилган.

“Uzbekistan Today” газетасининг веб-сайтида кўрсатилишича, порталга реклама жойлаштиришга белгиланган қиймат қуйидагича<sup>1</sup>:

№	Баннер	1 ой учун нарх	1 ҳафта учун нарх
1	LeaderBoard	1 500 000 сўм	400 000 сўм
2	CentralBoard	1 200 000 сўм	350 000 сўм
3	VerticalBoard (Right, left)	1 000 000 сўм	300 000 сўм
4	VerticalBoard (bottom)	500 000 сўм	150 000 сўм
5	VerticalBoard (column)	500 000 сўм	150 000 сўм

Сайтга реклама шаклидаги PR мақолани жойлаштириш эса 200 000 сўмни ташкил этади.

Соф электрон нашрлар орасида эса [www.UzDaily.uz](http://www.UzDaily.uz) ва [www.gazeta.uz](http://www.gazeta.uz) сайтларида чиройли, ранг-баранг рекламалар мавжудлигини, [www.kun.uz](http://www.kun.uz), реклама берилмаганлигини кўрдик. Масалан, [www.UzDaily.uz](http://www.UzDaily.uz)да кўрсатилишича, сайтга реклама жойлаштириш шартлари ва белгиланган нарх қуйидагича<sup>2</sup>:

Реклама зонаси	25% намоиш	100% намоиш		
	1 ҳафта	1 ой	1 ҳафта	1 ой
<b>Platinum</b> (950x90 пиксел)	63 минг сўм	250 минг сўм	200 минг сўм	800 минг сўм

<sup>1</sup> [www.ut.uz](http://www.ut.uz) – 16.05.2014

<sup>2</sup> [www.uzdaily.uz](http://www.uzdaily.uz) – 15.05.2014

ҳажмда) <b>Gold</b> (728x90 пиксел ҳажмда)	63 минг сўм	250 минг сўм	200 минг сўм	800 минг сўм
ҳажмда) <b>Silver</b> (950x90 пиксел ҳажмда)	50 минг сўм	200 минг сўм	150 минг сўм	600 минг сўм
ҳажмда) <b>Bronze</b> (300x250 пиксел ҳажмда)	63 минг сўм	250 минг сўм	200 минг сўм	800 минг сўм
<input type="checkbox"/> <b>PP материал жойлаштириш</b> (2 бетлик)	150 минг сўм			

UzDaily

testden
Free
TOEFL
Practice

Поиск  
Improve your English, study in th  
Start Test

Кўриб турганингиздек, бу икки электрон нашрда реклама жойлаштириш учун белгиланган нархни таққослайдиган бўлсак, соф ахборот сайтига реклама жойлаштириш арзонроқ эканлигини англаймиз. Ваҳоланки, реклама бериш учун газета сайтидан кўра информацион портал кулайроқ ва самаралироқдир. Сабаби одатда уларнинг фойдаланувчилари кўпроқ ва аудиторияси кенг, хилма-хилроқ бўлади.

Глобал тармоқнинг техник хусусиятларидан яна унинг мазмуний жиҳатига алоқадор мавзуларга эътибор қаратсак. Интернет журналистикада жанр масаласи шундай мавзулардан биридир.

**Жанр** қандай яралади ва “яшайди”? Ҳар қандай жанр аудитория хоҳиши, эҳтиёжи ва талабидан келиб чиқиб пайдо бўлади ва ўша эҳтиёж сезилмай қолганда “истеъмол”дан чиқиб кетади. Буни биз памфлет жанри мисолида кўришимиз мумкин. Жанр масаласи босма ОАВда ҳам муҳим, интернет ОАВда эса турли мунозараларга сабаб бўлмоқда. Чунки унда глобал тармоқ тақдим этаётган техник имкониятлар ва бошқа қўшимча воситалар борки, улар жанр хусусиятларига таъсир этмай қолмайди.

Интернет — *анъанавий жанр* ҳақидаги тушунчаларни ўзгартириб юборяпти. Баъзи анъанавий жанрлар ўз хусусиятларини йўқотиши, жанрлар қоришиб кетиши, аудитория эҳтиёжи, талабидан келиб чиқиб,

янги жанрлар пайдо бўлиши кузатилмоқда. Тадқиқотчилардан бири шундай фикр билдиради: “Интернетда анъанавий матбуот, радио ва телевидение жанрлари ўртасидаги чегараларнинг бузилиб, жанрни ҳосил этувчи жиҳатлар бир-бирига қўшилиб, уйғунлашиб кетишига олиб келади”<sup>1</sup>.

Интернет журналистика чекланмаган макон ва гиперматн имконига эгаллиги сабабли унда исталган ҳажмдаги материални жойлаштириш, сурат, овоз, тасвир билан бойитиш ва таъсирчанлигини ошириш мумкин. Танганинг икки тарафи бўлгани каби бунинг ҳам ижобий, ҳам салбий томони бор. Чекланмаган макон исталган ҳажмда материал жойлаштириш имконини берса-да, ўша макондан унумли фойдаланиш, жанр хусусиятларини сақлаб қолиш масъулиятини юклайди.

Бугунги кунда инсонларнинг ахборот олишга бўлган талаби ошиб бормоқда. Шу сабаб on-line журналистлар ва интернет аудиторияси ўртасида янгиликлар, яъни инфорацион жанрларнинг ортиб бораётганини кўриш мумкин. [www.kun.uz](http://www.kun.uz), [www.UzDaily.uz](http://www.UzDaily.uz), [www.gazeta.uz](http://www.gazeta.uz) каби электрон нашрлар айнан ахборот жанридаги материалларни беради ва бу сайтлар топ-рейтингнинг олд каторларида туришади. Масалан, [www.UzDaily.uz](http://www.UzDaily.uz), [www.gazeta.uz](http://www.gazeta.uz) сайтларига бир кунда ўртача 10 та хабар қўйилади. Ахборот сайтларини кузатиб, уларнинг тили ҳам ўзига хослигига, унда аниқлик, лўндалик, тушунарлилик етакчилик қилишига амин бўлдик.

Тадқиқотчиларнинг фикрича, оперативлик биринчи поғонага чиққан глобал интерактив журналистикада тезкорликни унча талаб қилмайдиган айрим жанрлар (очерк, эссе) камроқ қўлланилмоқда. Аммо таҳлилий жанрлар ўз қимматини йўқотгани йўқ. Масалан, Россия ва дунёда бўлаётган воқеа-ҳодисалар тўғрисидаги чет эл матбуотида берилган

---

<sup>1</sup> Рашидова Д. Интернет журналистика. – Т.: Журналистларни қайта тайёрлаш халқаро маркази, 2007. 47-б.

мақолаларни шархлашга бағишланган сайтдаги<sup>1</sup> материалларни ўқиш учун бир кунда 15570 киши (12.04.2012 ҳолати) киради.

Қолаверса, сайтлардаги мақолаларга ўқувчи ўз фикрини ёзиб қолдириш (комментарийлар) имкони шарҳ жанри элементлари оммалашиб бориши, шархлаш журналистикаси янги қиёфада намоён бўлишига олиб келмоқда.

Сўнгги вақтлар мамлакатимизда on-line анжуман, мулоқотлар ўтказиш кенг тус олмақда. “Ўзбекистон маданияти ва санъати форуми” жамғармаси ҳар йили ўтказадиган ҳисобот on-line мулоқоти, [www.uzedu.uz](http://www.uzedu.uz) сайтида Халқ таълими вазирлиги олиб борадиган on-line мулоқотлар, шунингдек, “Камолот” ЁИХ томонидан “Соғлом бола йили”га бағишлаб ўтказилаётган on-line суҳбатларни бунга мисол қилиш мумкин. Мазкур мулоқотлар жанри кўпроқ блиц-интервьюга яқин туради. Яъни бир қанча қатнашчилар иштирокида у ёки бу мавзу юзасидан фикр-мулоҳаза алмашинади, савол-жавоб ўтказилади.

Интернет журналистикада ривожланиб бораётган жанрлардан яна бири мониторинг — муҳим воқеа-ҳодисаларни мунтазам кузатиб, кетма-кет тадрижий ривожланишини бериш, унга доир хабарларни тезкор янгилаб туриш – кучайиб бормоқда.

Интернет журналистика жанрлари орасида кичик мақола ҳам алоҳида ўрин тутди. “Интернет тармоғида кичик мақоланинг деярли барча турлари (мақола, анонс, аннотация, кичик рецензия, тақриз) кенг тарқалган”<sup>2</sup>.

Мамлакатимиздаги босма нашрларнинг электрон версиялари аксариятида интернет аудиторияси инобатга олинмай, техник имкониятлардан тўла фойдаланмай босма нашрдаги материаллар қандай бўлса, шундайлигича жойлаштирилиши уларда интернет

---

<sup>1</sup> [www.inopressa.ru](http://www.inopressa.ru) – 12.04.2012

<sup>2</sup> Рашидова Д. Интернет журналистика. – Т.: Журналистларни қайта тайёрлаш халқаро маркази, 2007. –7-б.

журналистиканинг ўзига хос жанрлари юзага келишига тўсқинлик қилмоқда.

Умуман олганда, интернет журналистика жанрлари ҳали тўлалигича ўрганилгани, илмий асослангани йўқ. Глобал тармоқда юзага келаётган янги жанрларни ўрганиш ва тадқиқ қилиш олдимиздаги вазифалардан биридир.

Шу ўринда мавзу юзасидан Ўзбекистондаги вилоят нашрларининг веб-саҳифаларини ҳам тадқиқ этиб кўрсак. Бугунги кунда турли йўналишдаги: марказий, ижтимоий-сиёсий, сиёсий, тармоқ, ихтисослашган нашрларнинг on-line версияларини ўқишимиз мумкин. Айтиш мумкинки, ҳудудий нашрлардан айримларининг кибермаконда фаол экани бизни қувонтирди.

### **2.3. Электрон нашр имижини шакллантирувчи омиллар ва унинг келажаги борасидаги гипотезалар**

**Имиж** — жуда кенг маънода қўлланилувчи тушунча. Турли манбаларда унга турлича таъриф берилади. Масалан, унинг луғавий маъносига тўхталадиган бўлсак, имиж инглизча “*image*” сўзидан олинган бўлиб, “кўриниш”, “тасвир”, “қиёфа” маъноларини англатади. Имиж – бу “оммавий коммуникация воситалари ва психологик таъсир ёрдамида жамоат ёки яқка шахс онгида шакллантирилувчи қиёфа”<sup>1</sup>. Имиж яратишдан бош мақсад тасаввурда маълум объектга нисбатан муайян муносабатни шакллантиришдир. Объект имижи – бу “объект(одам, предмет) ҳақида шаклланадиган рационал (ақл-идроққа асосланган) ёки эмоционал характердаги фикрдир”<sup>2</sup>. Таъкидланаётган объект қаторида исталган нарса, жумладан, босма ва электрон нашрлар ҳам туради. Зеро, уларнинг ўз имижига эга бўлиши “сув ва ҳаводек” зарур хусусиятлардан биридир.

---

<sup>1</sup> ru.wikipedia.org/wiki

<sup>2</sup> Ўша манба.

Босма нашр учун имиж қанчалар аҳамиятли бўлса, электрон нашрда бу зарурат икки ҳисса ортади. Сабаби глобал тармоқда саноксиз сайтлар иш олиб боради ва фойдаланувчи осонгина улар орасида “адашиб қолиши”, ўзига керакли сайтдан бошқаларига ўтиб кетиши, ҳатто нима мақсадда интернетга кирганини унутиб қўйиши мумкин. Олимлар томонидан аниқланган “8 секунд қоидаси”га кўра, фойдаланувчининг эътиборини тортиш, маҳлиё қилиб, сайтга кириш ва унда қолишга “мажбур” этиш учун сайт ихтиёрида атиги 8 секунд бор. Шу фурсат ичида фойдаланувчи диққатини ушлаб қололмаган веб саҳифа ютқизиши аниқ. Бу эса кўп жиҳатдан сайт имижига боғлиқ.

**Сайт имижи** – бу жамоат ёки яқка шахс онгида шаклланган қиёфа, таассурот, ўша сайтга нисбатан муайян муносабат, рационал (ақл-идроққа асосланган) ёки эмоционал характердаги фикрдир. Мазкур фикр, муносабат ўз-ўзидан ҳосил бўлмайди. Демак, уни белгиловчи хусусиятлар мавжуд. Айнан электрон нашр имижини қуйидагилар ташкил этади:

- Сайт контенти (таркиби, ундаги материаллар)
- Кўриниши (дизайни)
- Номи
- Нечта тилда экани
- Мультимедиа ва интерактив воситаларнинг мавжудлиги
- Тезкор янгилашиб туриши
- Унда берилётган ахборотларнинг ишонарлилиги ва тезкорлиги
- Фойдаланувчилар сони(посещаемость)
- Ижтимоий тармоқлар билан алоқа ва ҳок.

Босма ва электрон нашрларнинг бир-бирига ўхшаш ва фарқли жиҳатлари бўлгани сингари ҳар иккисининг имижида ҳам ўхшашлик ва тафовутлар, ўзига хос жиҳатлар бор.

Ҳар қандай электрон нашрнинг биринчи хусусияти унинг контенти хисобланади. Сайт контентида унда жойлаштирилган информация: матндан тортиб, видеороликлар ва расмларгача – барчаси киради. Сайт оммабоп ва фойдаланувчибоп бўлиши учун уни қизиқарли ва ишонарли маълумотлар, мақолалар билан бойитиш, долзарб мавзудаги материалларга кенгроқ жой ажратиш, мазмунли суратлар билан безатиш, “жон киритиш” керак. Веб-материалнинг ўз талаб(стандарт)лари бор. “Хусусан, интернет мақоланинг максимал даражада қисқа, лўндалиги, шрифтдаги муштараклик (барча материаллар ва уларнинг сарлавҳалари бир хил шрифтда бўлиши) аҳамиятли. Абзац(хатбоши) – худди абзацлар ўртасидаги пробел(оралиқ масофа) сингари белгиланиши лозим. Материал матни бир хил кенглик бўйича тўғриланиши, унинг сарлавҳасида бутун матн очилиши учун ҳаволалар қулай бўлиши керак”<sup>1</sup>. Бироқ ишни сайтга яхши, жарангли, хотирада тез қоладиган ном танлашдан бошлаган маъқул. Олдинги параграфда номнинг босма нашрлар имижида тутган ўрни ва аҳамияти ҳақида сўз юритгандик. Глобал тармоқда юзлаб веб манзиллар бор. Ёдда тутиш лозимки, бирор босма нашрни сотиб олмоқчи бўлган одам дўкондан унинг номини тўлиқ айтмай қисқартириб ёки бузиб айтса ҳам сотувчи у қайси нашрни сўраётганини фаҳмлайди. Масалан, “Ташкентская неделя”нинг ўрнига “Неделя” ёки “Ўзбекистон адабиёти ва санъати”ни “Адабиёт ва санъат”, деб сўраш ҳам мумкин ва бу кўпчиликка тушунарли бўлади. Аммо электрон нашрларда керакли манзил фойдаланувчи томонидан ёзилади ва ундаги бирор ҳарфнинг нотўғри бўлиши ўша сайтнинг очилмаслиги, топилмаслигига сабаб бўлиши мумкин.

Мамлакатимиздаги аксарият босма нашрларнинг глобал тармоқдаги веб-сайти ўша нашр номи билан деярли бир хил бўлади. [www.marifat.uz](http://www.marifat.uz) (“Ma’rifat” газетаси), [www.oila-va-jamiyat.uz](http://www.oila-va-jamiyat.uz) (“Oila va jamiyat” газетаси),

---

<sup>1</sup> Шеров. Х Партия нашрлари: веб сайтларнинг ўзига хос томонлари, у қандай бўлиши керак? Журналистлар ихтисослашуви борасида турли йўналишларда ўтказилган ўқув-услубий семинарлар бўйича материаллар тўплами. – Т.: Ўзбекистон мустақил босма оммавий ахборот воситалари ва ахборот агентликларини қўллаб-қувватлаш ва ривожлантириш жамоат фонди, 2012. – 203-б.

[www.adolat.uz](http://www.adolat.uz) (“Adolat” газетаси) каби. Ёхуд [www.mahallagzt.uz](http://www.mahallagzt.uz) (“Mahalla” газетаси), [www.jamiyatgzt.uz](http://www.jamiyatgzt.uz) (“Жамият” газетаси) он-лайн нашр номлари сингари. Айримларининг номи эса босмаси номининг бош ҳарфларидан иборат бўлади холос. Масалан, [www.xs.uz](http://www.xs.uz) (“Халқ сўзи” газетаси), [www.ut.uz](http://www.ut.uz) (“Uzbekistan Today” газетаси).

Электрон нашр номига қўйилган қатъий талаблар йўқ. Аммо унинг имкон қадар мураккаб бўлмаслиги яхшироқ. “Тажрибага кўра, сайт номи биринчи даражали бўлиши керак. Бунда унинг номи биринчи нуқтадан кейин тугайди (масалан, Edinoros.ru). Uzjournal.zn.uz каби иккинчи ва учинчи даражали номлардан қочиш керак”<sup>1</sup>.

UZ доменидаги соф электрон нашрларни кузатар эканмиз, улар ўз мазмуни ва мақсадидан келиб чиққан ҳолда номланганининг гувоҳи бўлдиқ. [www.kun.uz](http://www.kun.uz) сайти куннинг энг муҳим воқеаларини тезкор хабар қилиши тўғрисида тасаввур ҳосил этади. [www.podrobno.uz](http://www.podrobno.uz) номи ҳар бир воқеа-ҳодиса ҳақида батафсил маълумот беришни ваъда қилади.

Яхши ном танлангандан сўнг, сайтни нима билан тўлдириш, яъни унга қандай материаллар жойлаштириш кераклиги ўйланади. Долзарб, қизиқарли, ҳолис, тезкор материалларга бой сайт обрўси, имижи аудитория ўртасида, албатта, ошиб боради. Интернет фойдаланувчилари аксар ҳолларда ўзига керакли маълумотни, аввало, қидирув тизимларидан излашади. Қидирув тизимининг биринчи рўйхатидан чиққан сайтга фойдаланувчиларнинг кириш эҳтимоли юқори. Аммо қидирув тизимида чиқиши учун сайтни ҳар қандай маълумот билан тўлдириб ташлаш нотўғри.

Маълумки, босма нашрларда мақолалар у ёки бу рукн (рубрика) остида берилади. Шу сабаб босма нашрларда ўнлаб, юзлаб рукнлар мавжуд бўлади. Аммо юртимизнинг босма нашрлари электрон

---

<sup>1</sup> Шеров Х. Партия нашрлари: веб сайтларнинг ўзига хос томонлари, у қандай бўлиши керак? Журналистлар ихтисослашуви борасида турли йўналишларда ўтказилган ўқув-услубий семинарлар бўйича материаллар тўплами. – Т.: Ўзбекистон мустақил босма оммавий ахборот воситалари ва ахборот агентликларини қўллаб-қувватлаш ва ривожлантириш жамоат фонди, 2012. – 4-б.

нухаларида санокли рубрика, бўлимлар бўлиб, мақолалар улар ичига жойлаштирилади. Ҳар бир мақолани босма нашрдаги ўз рубрикаси билан кўйишининг иложи йўқ. Шу сабаб мақола сайтдаги унинг мазмунига яқин рубрика остида жойлаштирилади. Масалан, “**Хуррият**” газетасининг электрон нухасида<sup>1</sup> “Бош саҳифа”, “Таҳририят”, “Мактубларингиз”, “Архив”, “Меҳмонлар китоби” асосий бўлимларидан ташқари босма нашрда чоп этилган мақолаларни жойлаштириш учун “Муаммо ва танқид”, “Ижтимоий–сиёсий ҳаёт”, “Халқаро воқеалар”, “Ҳуқуқ”, “Бебаҳо бойлик”, “Бешинчи уммон”, “Маънавият” рубрика вазифасини ўтовчи бўлимлар киритилган. “**Ўзбекистон овози**” газетасининг он–лайн шаклида<sup>2</sup> 12 та рукн (парламент, сиёсат, иқтисодиёт, таълим, тиббиёт, маънавият, ҳуқуқ, қонун ва шарҳ, ижтимоий ҳаёт, экология, санъат, спорт, долзарб мавзу) бўлиб, улар ўша рукн номига мос мақолалар билан бойитилган. Бўлим(рукн)лар сонининг кўплиги ва хилма–хиллиги ҳам ўқувчи эътиборини жалб этишга, ҳам у қидираётган мақоланинг тезроқ топилишига ва мақолаларнинг турли рукнлар остида жойлаштирилишига имкон беради. Афсуски, баъзи нашрларнинг электрон кўринишида етарлича рубрикаларнинг йўқлиги ёки уларнинг амалда фаолият юритмаслиги бор гап.

Соф электрон нашрлардаги рукнларга эътибор қаратадиган бўлсак, айримларидаги асосий ва қўшимча бўлимлар сони кўплиги, хилма-хиллиги бизни қувонтиради. Масалан, [www.kun.uz](http://www.kun.uz) сайтида “Янгиликлар”, “Ўзбекистон”, “Жаҳон”, “Жамият”, “Иқтисодиёт”, “Маданият”, “Фан-техника”, “Спорт”, “Йўғе?!” бўлимлари остида жойлаштирилиши, бундан ташқари, фойдаланувчиларга керакли ахборотни тезроқ топишига кўмаклашиш мақсадида сўнгги янгиликлар бўлими, энг кўп ўқилган хабарлар бўлими киритилганлигини кўрдик.

---

<sup>1</sup> [www.uzhurriyat.uz](http://www.uzhurriyat.uz) -1.05.2012.

<sup>2</sup> [www.uzbekistonovozi.uz](http://www.uzbekistonovozi.uz) -20.04.2012

Ўзбек электрон нашрлари ичида биринчиликни қўлдан бермай келаётган [www.gazeta.uz](http://www.gazeta.uz) сайти эса бўлимлари энг кўп веб-нашрлардан бири ҳисобланади. Унда янгиликлар жойлаштиришга мўлжалланган сиёсат, бизнес, спорт, жамият, воқеа-ҳодисалар, фан ва таълим, компаниялар янгиликлари рубрикаларидан ташқари охириги янгиликлар, фоторепортажлар бўлимлари мавжудлигига гувоҳ бўлдик.

Хулоса қилиб айтиш мумкинки, глобал тармоқ нашрларида турли хил бўлимларнинг мавжудлиги, сайтга кўрк ва мазмун бахш этади, унда бериладиган мақолалар хилма-хил бўлиши ва осон топилишига имкон яратади. Сайт имижини ошириб, фойдаланувчилар диққатини тортишга хизмат қилади.

Юқорида сайт контентига унда жойлаштирилган матндан тортиб, видеороликлар ва расмларгача – барчаси киришини айтган эдик. Ўша материал ва суратларнинг қандай жойлаштирилгани, қўшимча техник воситалардан қай даражада фойдаланилгани унинг дизайнига баҳо беришга имкон яратади. **Дизайн** – веб маконни баҳолашдаги 1-меъзон. Сабаби интернетнинг чексиз оламида айнан у орқали фойдаланувчи эътиборини тортиш, жалб этиш мумкин.

Ҳа, дизайн сайт имижига, у ифода этаётган босма нашр ёхуд ташкилот имижига таъсир кўрсатади. Сайт имижи ўша ташкилот ё муассис имижига мувофиқ келиши, сайт таклиф этаётган товар ва хизматларга мос тушиши лозим. Сайт дизайни бир томондан унинг қандай аудиторияга мўлжалланганлиги билан ҳам боғлиқ. Айни бир сайт турли ижтимоий қатлам ва ёш эгаларига қаратилган бўлиши мумкинлигини ҳам эътибордан четда қолдирмаслик керак. Маълумки, глобал тармоқ сайт дизайнини яратишда кенг имконият ва қулайликлар яратади. Сайтга анимацион ҳаракатланувчи роликлар қўйиш, ранг-баранг рекламалар бериш, чекланмаган миқдорда суратлар киритиш, материалларни ижодий ёндошган ҳолда жойлаштириш мумкин. Дизайн сайт учун жуда муҳим кўрсаткич, аммо у фойдаланувчилар информация қабул қилишига халақит

бермаслиги, уни чалкаштириб юбормаслиги шарт. Замон талаби билан hozirda сайт дизайнини яратиш билан шуғулланувчи махсус мутахассислар етишиб чиқмоқда.

Дизайн кўп жиҳатдан уни ташкил этувчи элементларга боғлиқ. Бу элементлар сирасига мультимедиа (сурат, аудио, видео, анимация) ва интерактив воситалар, реклама маҳсулотларини ҳам киритиш ўринли. Мультимедиа ва интерактив воситалар тўғрисида олдинги бобда атрофлича тўхталганимиз сабабли илгариги бобда баён этмаганимиз, интерактив воситаларнинг янги тури ва унинг сайт имижига таъсири ҳақида фикр юритсак.

Ҳозирда ижтимоий тармоқларнинг нуфузи ва ундан фойдаланувчилар сони тобора ошиб бораётгани ҳеч кимга сир эмас. Ҳатто Mail.Ru тармоғидан фойдаланувчилар сони бўйича Ўзбекистон 2-ўринда туриши аниқланган<sup>1</sup>. Шунинг эътиборга олган ҳолда сўнгги пайтларда деярли барча сайтлар Facebook.com, twitter.com, vkontakte.ru сингари ижтимоий тармоқларда ўз саҳифа(страничка)сига эга бўлишга ҳаракат қилмоқда. Ҳеч бўлмаганда, ўз сайтида фойдаланувчилар мазкур сайт ёки ундаги бирор хабар, мақола ёққани ҳақида(Like) ижтимоий тармоқларга маълумот беришга имкон берувчи хизматни ўрнатишмоқда (аммо бу тенденцияни мамлакатимиздаги босма нашр электрон нусхаларида камдан-кам учратиш мумкин). Шу орқали ҳар бир фойдаланувчи маълум бир сайтда ўзига ёққан мақола ёки хабарни ижтимоий тармоқдаги саҳифасида аён қилиши, бошқаларни ҳам уни ўқишга чорлаши, таассуротлари билан бўлишиши мумкин. Натижада сайтдаги материаллар оммалашиб, уларга бўлган қизиқиш ортади, табиийки, сайт имижига ҳам кўтарилади.

Ижтимоий тармоқлар билан алоқанинг ўзи муваффақият гарови бўлмаслиги аниқ. Фойдаланувчи диққатини тортиш, меҳрини қозониш, қолаверса, ўша ижтимоий тармоқларда ижобий баҳосини бериши учун

---

<sup>1</sup> Дурдиев М. Ўзбекистонда интернет ва ахборот-коммуникацион технологияларнинг ривожини. – III анъанавий талабалар медиа конференцияси. – Тошкент, 2012.

сайт қизиқарли, мазмунли, хилма-хил материалларга бой бўлиши, муҳими, тезкор янгиланиб туриши керак. Олдинги бобда мамлақтимиздаги босма нашрларнинг электрон нусхалари фақатгина газета чиққан кундагина янгиланиши, баъзилари эса бир ойда бир марта ҳам янгиланмаслиги ҳақида сўз юритгандик. Бироқ соф электрон нашрлар орасида тез-тез янгиланиб туриладиган, айрим воқеаларга оид хабарлар кун ёки ҳафта давомида тадрижий ёритиб бориладиган сайтлар ҳам бор. [www.gazeta.uz](http://www.gazeta.uz) сайти кунига 4-7 мартагача, [www.kun.uz](http://www.kun.uz) сайти эса атиги 5-6 марта янгиланади. Демакки, уларнинг рейтинги ҳам шунга яраша бўлади.

Шунга қарамай, рақобатдаги ушбу сайтлар ахборотни биринчи бўлиб беришга интилади. Бироқ айна дамда тезкор берилган ахборотнинг тўғри ва текширилганлиги масаласи ҳам кўндаланг туради. Кўпчилик интернетда берилаётган хабарнинг тўғрилигига шубҳа билан қарайди. Аммо ўз нуфузи ва обрўсини сақлаб қолишга интилган ҳар қандай электрон нашр бераётган материалларининг ишончлилиги ва холислигига эътибор қаратади. Холис, текширилган ҳолда биринчи бўлиб ахборот етказган манба фойдаланувчилар эътибори ва ишончига киради, обрўси ортади, имижи кўтарилади.

Сайт материалларининг қанчалик тез-тез янгиланиб турилиши сайт имижини оширувчи хусусият эканлигига амин бўлдик. Ўша материалларнинг қайси тилда ёки тилларда бўлиши ҳам глобал тармоқда ўта муҳим. Яъни, интернет макон, чегара, миллат танламайди. Ундан дунёнинг исталган еридан исталган киши фойдаланиши мумкин. Сайт аудиторияси кенг бўлиши, ундаги маълумотларни бошқа ҳудуд ва миллат вакиллари ҳам ўқий олиши унинг нуфузини оширади. Афсуски, юртимизда чоп этилаётган босма нашрларнинг электрон нусхалари асосан бир тил – ўзбек тилида бўлади. Айримларида рус ва ҳатто инглиз тилларидаги бўлимлари мавжуд бўлса-да, улар амалда ишламайди, уларга бирорта мақола киритилмаган. On-line нашрларда тил масаласига кейинги бобда алоҳида тўхталамиз.

Соф электрон нашрлар ичида янгиликлар нашри ҳисобланмиш [www.podrobno.uz](http://www.podrobno.uz) ва [www.gazeta.uz](http://www.gazeta.uz) рус ва ўзбек тилларида, [www.kun.uz](http://www.kun.uz) фақат ўзбек тилида ўз ахборотларини беради.

Босма ва электрон нашр имижини белгиловчи жиҳатларда айрим фарқлар бор. Электрон нашр учун муҳим кўрсаткичларидан бири бўлмиш тил хусусияти босма нашрларда бу қадар зарурият касб этмайди. Шундай фарқли томонлардан яна бири тираж ҳисобланади.

Босма нашрларда аудитория сони ва ҳажми, нашрнинг “харидоргирлиги”, оммабоплиги унинг тиражи билан баҳоланади. Электрон нашрларда тираж тушунчаси бир мунча ўзгаради. Уларда ҳар бир мақола ёки хабар, у ёки бу саҳифа неча марта ўқилгани, сайтга бир кунда қанча фойдаланувчи ташриф буюргани ҳисобга олинади. Электрон нашр имижини ундан фойдаланувчилар сони ҳам белгилайди. Қанча кўп фойдаланувчи ўша сайтга кириб, материалларини ўқиётган экан, демак, унга қизиқиш шу даражада кучли.

Босма нашрлар имижини журналистлар имижига бевосита боғлиқ экани ҳақида юқорида тўхталгандик. Газета ҳақида унинг мазмуни, таркиби, дизайнига қарабгина эмас, уни ким бошқараётгани, саҳифаларида кимларнинг мақолалари чоп этилаётганига қараб, биринчи навбатда, нашрнинг “етакчи” муаллифларига қараб хулоса чиқарилиши ҳақида сўз юритгандик. Бироқ бу хусусият соф электрон нашрларда бирмунча ўзгаради. Сабаби глобал тармоқнинг энг долзарб муаммоларидан бири муаллифлик ҳуқуқининг бузилишидир. Кўпгина сайтларда материал муаллиф номисиз жойлаштирилади. Ёхуд бир қанча мақолалардан битта мақола “ясалади”. Ўзбекистондаги босма нашрларнинг бутунжаҳон тармоғидаги электрон кўринишлари асосан айнан босмасидаги мақолаларни бериши сабаб бундай ҳоллар нисбатан камроқ кузатилади. Аммо соф электрон нашрларда янгилик, хабар ва бошқа ахборотлар одатда (қоидага кўра) муаллифсиз берилади. Фойдаланувчи конкрет бир хабар ким томондан ёзилганини билмайди, у ўқиётган материални фалончи

журналистдан эмас, маълум бир сайтдан, масалан, [www.kun.uz](http://www.kun.uz) дан, деб қабул қилади. Шу сабаб журналист имижига глобал тармоқда бошқачароқ ёндашмоқ лозим. Бу билан интернет журналистининг нуфузи пастроқ, деган фикрдан йироқмиз. Аксинча, интернет журналистига оддий журналистдан икки-уч баробар кўпроқ маҳорат, билим талаб этилиши барчага маълум.

Интернет журналистика, жумладан, электрон нашрлар **истикболи** хақида гапирар эканмиз, у вақт ўтган сайин ривожланиб, такомиллашиб, аудиторияси кенгайиб, оммалашиб бораётганини таъкидлаш лозим. Шу ўринда Ўзбекистон матбуот ва ахборот агентлигининг расмий сайтида келтирилган маълумотга эътиборингизни қаратамиз. “Халқаро электроалоқалар иттифоқи (ХЭИ) ахборот-коммуникация технологиялари тараққиёти бўйича янги маълумотларни чоп этди. Хусусан, ХЭИ маърузасида айтилишича, 2014 йил охирига бориб, жаҳонда мобил алоқа обуначилари 7 млрд. ва интернетдан фойдаланувчилар 3 млрд.га етади”<sup>1</sup>.

“Ушбу янги маълумотлар ахборот-коммуникация технологиялари ахборот жамияти ривожидида етакчи омил бўлиб қолаётганлигини яна бир бор далиллайди”, - дейди ХЭИ нинг бош котиби Хамадун И.Туре (ўша манба).

Шунингдек, мутахассислар фикрича, уйдан интернетдан фойдаланувчилар ривожланган давлатларда умумдавлат қамровига етади. 2014 йил охирига бориб Ер юзидаги оилаларнинг 44 фоизи глобал тармоққа кириш имконига эга бўлади. Ривожланаётган давлатларда ҳар учинчи оилада (31 фоиз) уйда интернет бўлади. Ривожланган мамлакатларда эса 78 фоиз оилада шундай имконият мавжуд бўлади. МДХ давлатларидаги оилаларнинг ярмидан ортиғи Интернетга уланган. Африкада – фақат 10 фоизи. Таҳлилчилар айнан Африкада бу кўрсаткич мунтазам ўсиб бораётганини таъкидлашмоқда (ўша манба).

---

<sup>1</sup> <http://www.api.uz/#ru%2Fnews%2Finfo%2Fict%2F3351%2F>

Ўзбекистонда ҳам интернет аудиториясининг кескин ўсганлиги кузатилади. Шунингдек, мамлакатимизда ўз веб кўринишига эга бўлган босма нашрлар сони ҳам ортаётир. Қолаверса, уларнинг ҳуқуқий асоси ҳам такомиллашиб бормоқда. Тўғри, ижобий кўрсаткичлар бисёр, аммо босма нашр веб сайтларида ҳали бир қанча камчиликлар, ечимини кутиб турган муаммолар ҳам бор. Бундан ташқари ҳозирча интернет журналистика Ўзбекистонда даромад келтирадиган даражага чиққани йўқ. Бироқ хорижий давлатларда Интернет босма матбуотни сиқиб чиқармасмикин, деган хавотир ҳам йўқ эмас. Рус тадқиқотчиларидан бири **Засурский** “*Интернет газетани йўқ қилмоқда. Ҳозир ОАВ 2 версия: қозоғда ва “рақам”да чиқмоқда. Бу журналистикани йўққа чиқарадими ёки?*” – дея савол қўйса, ўзбек тадқиқотчиларидан бири “Газета бир куну тун давомида кўпи билан 2 марта чоп этилиши мумкин бўлса, Интернет-нашрлар чекланмаган имкониятлар ва матн учун кенг майдонга эга”<sup>1</sup>, - дея ўз фикрини билдиради.

## II БОБ бўйича хулоса

II бобда айтилганлардан хулоса қилиб айтишимиз мумкинки,

Интернет — анъанавий жанр ҳақидаги тушунчаларни ўзгартириб юборяпти. Баъзи анъанавий жанрлар ўз хусусиятларини йўқотиши, жанрлар қоришиб кетиши, аудитория эҳтиёжи, талабидан келиб чиқиб, янги жанрлар пайдо бўлиши кузатилмоқда.

Глобал тармоқда информатсион ва таҳлилий жанрлар, шарҳлар, кичик мақоланинг барча турлари, мониторинг ҳамда on-line мулоқотлар кучайиб кетаётганини кўрдик.

Умуман олганда Интернет журналистика жанрлари ҳали тўлалигича ўрганилгани, илмий асослангани йўқ. Глобал тармоқда юзага келаётган

---

<sup>1</sup> Қудратхўжаев Ш. XXI асрда ким етакчи бўлади?// Ўзбекистон матбуоти, 2010. – 6-сон.

янги жанрларни ўрганиш ва тадқиқ қилиш олдимиздаги вазифалардан биридир.

Бундан ташқари, таъкидлаш ўринлики:

- Интернет журналистика ОАВнинг бошқа бирор тури камраб ололмаган имкониятларга эга бўлди.
- Электрон нашрларда қўллаш мумкин бўлган қатор мультимедиа имкониятлари мавжуд. Биргина гиперматн ва унда ҳаволалар берилиши керакли қўшимча ахборот (диаграмма, сурат, жадвал ва бошқ. Инфографика воситалари)ни жойлаштиришни таъминлайди. Афсуски мамлакатимиздаги кўпгина босма нашрларнинг on-line кўринишида материаллар қандай чоп этилган бўлса, шундайлигича қўйилгани, гиперматн, ҳаволалар йўқлигини кузатдик.
- Электрон нашр материалларида фотосуратларнинг берилиши ҳам ўқувчи эътиборини жалб этиш, ҳам ахборот ҳақида тўлароқ тасаввурга эга бўлишга ёрдам беради. Шундай экан, суратлардан кўпроқ фойдаланиш керак. Айни дамда Ўзбекистондаги айрим босма нашр (масалан, “Жамият” газетаси) веб-сайтларида бирорта сурат йўқлиги ачинарли, албатта.
- Интернетнинг интерактив воситаларига форум, меҳмонлар китоби, сўровлар, шарҳлар, муаллифнинг э-почтаси билан алоқани киритар эканмиз, юртимиздаги босма нашрларнинг веб версиясида бу каби воситалар тўлалаигича фаолият юритмаётганлигига гувоҳ бўлдик.
- Буларнинг барчаси Интернет билан ишлаш қулайлиги, осонлиги, тезкорлиги, самаралилиги ва оммабоплилигини таъминлашини, аудитория кенгайишига олиб келишини тушуниш ва тадбиқ этиш лозим.

Шуни инобатга олган ҳолда электрон нашрларда қуйидагиларга аҳамият қаратиш лозим:

- Электрон нашрга, аввало, унинг контентига қараб баҳо берилар экан, сайтни қизиқарли, долзарб мавзудаги материаллар билан бойитиш, мазмунли суратлар билан безатиш, “жон киритиш” зарур.

*Қолаверса:*

- Сайт содда, жарангдор, тез ёдда қоладиган номга эга бўлиши, иккинчи ва учинчи даражали номлардан қочиш;

- Интернетнинг чексиз оламида айнан дизайн, чиройли ташқи кўриниш орқали фойдаланувчини жалб этиш мумкин экан, бу меъзонга алоҳида эътибор қаратиш, ранг, матн, сурат, анимация – барчаси фойдаланувчи диққатини тортиш билан бир қаторда, бир-бирига мувофиқ бўлиши;

- ижтимоий тармоқлар билан алоқада бўлиш, уларда ўз саҳифаларига эга бўлиш;

- сайтдаги хабарларни тезкор янгилаб туриш, хабарларнинг тўғри, ишончли, холис ва текширилганлигига ишонч ҳосил қилиш;

- сайтдаги материалларнинг бир неча тилда бўлишига эришиш лозим.

- Интернет журналистика истиқболини деярли барча тадқиқотчилар порлоқ, деб ҳисоблайди. Ҳақиқатан порлоқ бўлиши учун уни мазмунан бойитиш, фақат ахборот эмас, балки маънавий озуқа олиш манбасига айлантириш кераклигини ҳам унутмаслик лозим.

### **3-БОБ. Анъанавий ва интернет журналисти маҳорати масалалари**

#### **3.1. Анъанавий ва интернет журналистининг ижодидаги муштарак жиҳатлар ва функционал фарқлар**

Ўзбекистонда интернет журналистика йўналишида мавжуд муаммолар сабабини излар эканмиз, юртимизда яхши мутахассислар, юқори билим ва малакага эга журналист кадрларнинг етишмаётганлигини таъкидлаб ўтишимиз мумкин. On-line журналистика ривожланиб борар экан, маҳоратли журналистларга, хусусан, веб-маконда ҳам фаолият юрита оладиган Интернет-журналистларга бўлган эҳтиёж ортиб бораверади.

Хўш, журналист ўзи ким? Давлатимиз раҳбари таъбири билан айтганда, “журналист – элу юрт қувонч-ташвишларига шерик, давлат ва жамият ўртасида холис воситачи, доим янгиликлар изидан юрувчи, жамият ҳаётининг очик ва шаффофлигини таъминлашни ўз бурчи, деб билувчи, жасур ва фидойи, беҳаловат инсон”<sup>1</sup>.

Дарҳақиқат, ҳақиқий журналист кучли фуқаролик позициясига эга бўлган, замонавий билим ва дунёқарашли, ўз касбининг моҳир устаси, энг муҳими, халқ ва жамият фидойиси бўлмоғи лозим. Бундан ташқари, Юртбошимиз “Юксак маънавият — енгилмас куч” асарида ёзганларидек, “бугунги кунда ҳар қайси матбуот ходими касб маҳоратини эгаллаши билан бирга, ўз ҳаётининг принципларига ҳам эга бўлиши, ҳақиқат учун курашишга интилиши, шу йўлда қатъият ва шижоат кўрсатиши, лўнда қилиб айтганда, виждон амри билан яшашини замоннинг ўзи талаб қилмоқда” (136-б).

Энди **интернет журналисти ким**, деган саволга ҳам жавоб берсак. У радио, телевидение, матбуотда фаолият юритувчи журналистдан фарқ қиладими? Бу саволга ҳам ҳа, ҳам йўқ, деб жавоб бериш ўринли. Гап шундаки, интернет журналисти юқорида тилга олинган журналистларнинг барча хусусиятларини ўзида мужассам этган ҳолда иш юритишига тўғри

---

<sup>1</sup> Ғуломов Ш. Бугунги кун журналисти ҳақида мулоҳазалар. Олий журналистика курсларида ихтисослашув масалалари мавзуида II илмий-амалий семинар материаллари. – Ғ.Ғулом номидаги нашриёт-матбаа уйи. – Тошкент, 2013. – 18-б.

келади. Глобал тармоқ журналисти оддийгина жанр танлаш, ёзадиган мақоласининг сарлавҳасидан тортиб структурасини белгилаш, тили ва услубини топиб олишда бироз бошқачароқ ёндашувда бўлади. Қолаверса, у нафақат мақола ёзади, ахборот тарқатади, мамлакатимиз ва дунёда рўй бераётган воқеа-ҳодисаларга муносабат билдиради, ўз баҳосини беради, балки ҳар бир материални сураётган ёки аудио/видео лавҳа билан бойитади. Тезкорлигини оширади, хорижий тиллар ва техника воситаларига оид билиминини мунтазам бойитиб, чуқурлаштириб боришга мажбур бўлади. Интернет журналисти аудиторияга яқин бўлишга, уни нима қизиқтириши, у учун қайси мавзулар долзарб эканини билишга, баъзи муҳим мавзуларни олдиндан сезишга — шу тахлид ишлашга ўрганади.

Москва журналистлари уюшмаси раҳбари ва “Московский комсомолец” нашрининг муҳаррири Павел Гусев шундай фикр билдиради<sup>1</sup>: “Биз кўпинча журналистлар ва веб-маконда ишловчиларни аралаштириб қўяймиз. On-line журналистлар кибермаконда расмийликдан бутунлай йироқда фикр юритишларит ва шу йўсинда юзишлари мумкин. Бироқ расмий журналистлар, ОАВ сифатида рўйхатдан ўтган нашрларнинг ходимлари, бу бутунлай бошқа масала”. Шунингдек, у блоггерларни ҳам журналистлар билан адаштириб юбормасликка чақиради. Зеро, “улар блог очиш ва Интернет маконда фаолият юритиш ҳуқуқига эга бўлса-да, ўзларини журналистлар деб аташга ҳақлари йўқ”, дейди у.

Бу каби мунозараларнинг, турли фикрлиликнинг мавжудлигини интернет журналисти мутахассислигини “легаллаштириш”, унинг ҳуқуқий меъёрларини тўла ишлаб чиқиш, чегараларини белгилаб олиш ва илмий ўрганиб чиқиш борасидаги ишлар ҳали ўз якунига етмаганлиги, аниқ тўхтамаганлиги билан ҳам изоҳлаш мумкин. Шунга қарамай, мамлакатимизда интернет журналистларига алоҳида эътибор билан қаралади. Улар фаолиятини қўллаб-қувватлаш ва рағбатлантириш

---

<sup>1</sup> [http://rus4all.ru/city\\_msk/20131018/724533841.html](http://rus4all.ru/city_msk/20131018/724533841.html) - 18.10.2013

мақсадида журналистика соҳасидаги миллий мукофотлардан бири “Олтин қалам” танловида “Интернетда эълон қилинган энг яхши журналистик материал учун” номинацияси эълон қилингани ва ўтган йиллар ичида ўнлаб журналистлар тақдирланганини мисол қилишимиз мумкин.

Барчамизга маълумки, босма нашрлар имижи журналистлар имижигга бевосита боғлиқ. Газета ҳақида унинг мазмуни, таркиби, дизайнига қарабгина эмас, уни ким бошқараётгани, саҳифаларида кимларнинг мақолалари чоп этилаётганига, биринчи навбатда, нашрнинг “етақчи” муаллифларига қараб хулоса чиқарилади. Бу хусусият босма нашрнинг ешаклида тўла сақланса-да, соф электрон нашрларда бирмунча ўзгаради. Бунда аввало, сайтга, унинг нуфузи, ишончлилиқ даражасига қаралади. Ахборот сайтларини кузатадиган бўлсак, уларга жойлаштирилган хабарларда муаллиф исми деярли кўрсатилмаслигига гувоҳ бўламиз. Шундай ахборот сайтлари борки, бир ёкки икки нафар одам билан бошқарилади ва фаолият юритиб борилади. Бунда биргина Интернет журналистининг билими, саводхонлиги, бир сўз билан маҳорат даражасига бутун сайт тақдири боғлиқ бўлади.

Анъанавий ва Интернет журналистининг имконият даражасини таққослар эканми, айтиш лозимки, бирдек билим ва маҳоратга эга бўлган бу икки мутахассиснинг ижодий ва амалий имконият даражаларидаги тафовут қуйидагиларда намоён бўлади.

Биринчидан, журналистнинг қуроли фақат сўз ва қалам бўлса, Интернетнинг мультимедиавийлик ва бошқа техник имкониятлари Интернет журналистига бойроқ, мукамалроқ, тўлароқ, турфароқ “қурол”ларни тақдим этди. Бу, албатта, мақолани гиперматн, гиперхаволалар, видео ва аудиомаатриаллар билан бойитиш, биргина мақоланинг хаволаси-манзили бошқа ўнлаб саҳифаларда келтириб ўтиш имкониятларида намоён бўлади.

Иккинчидан, Интернет журналисти анъанавий журналистга қараганда аудитория янада яқинроқ ҳолда, тезкор алоқа ва фикр

алмашинувини йўлга қўйган ҳолда фаолият юрита олади. Босма нашр журналисти ўз ўқувчилари билан фақат хатлар, қўнғироқлар орқали боғлана олса (Интернетда ўз саҳифаси ё электрон манилига эга бўламган тақдирда), глобал тармоқ журналисти ҳар бир матни, ҳатто биргина жумласини-да нечта одам ўқигани, улар қандай фикр-мулоҳазалар ёзиб қолдирганидан воқиф бўлолади. Бундан ташқари, интерактив воситалар — сўров, меҳмонлар китоби, форумлар, ижтимоий тармоқлардаги савол-жавоблар, ўз электрон посчтасига юборилган хатлар орқали унга мурожаат этган ҳар бир фойдаланувчи фикрига тезкор жавоб йўллаши, танқид ва эътирозлар, мақтов ва эътирофларни ўша заҳотиёқ қабул қилиши мумкин.

Энг муҳими, газета журналисти ёзган мақолани фақатгина ўша газета сонини олганлар ўқий олади. Бунинг адади ва географик макони чекланган бўлади. Веб-сайтларга мақола ёзувчи журналистларнинг ижод намуналарини эса исталган инсон, исталган вақтда ва жойда ўқиш имкониятига эга бўлади.

Таъкидлаб ўтиш жоизки, оддий журналист бир вақтнинг ўзида Интернет журналисти сифатида ҳам фаолият юритиши, ўз асарларини ҳам босма нашрда, ҳам on-line сайтларда эълон қилиб бориши мумкин. Бунда аҳамият қаратиш лозим бўлган муҳим жиҳат — бу ҳар бирига ўзига мос шаклда ва услубда тақдим этиш кўникмасини шакллантиришдир.

### **3.2. Интернет журналистига қўйиладиган талаблар**

Интернет журналистининг маҳорати масаласи бугунги кунда энг баҳсталаб мавзулардан ҳисобланади. Дунё олимлари бу борада ўз қарашларини илгари суради. Тадқиқотчилар интернет журналисти эга бўлиши керак бўлган сифатлар устида бош қотириб, турли хулосаларга келмоқда. Рус тадқиқотчиларидан Александр Амзин ўзининг “Янгиликлар Интернет журналистикаси” китобида on-line журналистининг 140 қоидасини санайди ва қуйидаги тавсияларни беради:

- “Аввал энг муҳимини, кейин қолганларини ёзинг;

- янгиликлар матнида сизнинг шахсий муносабатингиз бўлмаслиги керак. Ҳиссиётларга йўл қўйманг;
- сиз матн эмас, гиперматн ёзясиз. Шу сабаб ўқувчига тушунарлироқ бўлиши учун керакли жойларда ҳаволалар қўйишни унутманг;
- мумкин бўлган барча ижтимоий тармоқ ва блог сайтларига аъзо бўлинг;
- блогларни ўқиб боринг – бу воқеа-ҳодисаларга инсонларнинг ҳақиқий муносабатини билиш имконидир;
- HTML тилини ўрганинг – келажакда қандай соҳани эгаллашингиздан қатъий назар бунинг фойдаси бор;
- доим биринчи манбани топишга ҳаракат қилинг. Қайта сўзлаб берувчиларга ишонманг;
- ўз ҳақ-ҳуқуқингизни билинг. Материални ўзгартириш ҳақидаги асосиз талабларга ён босманг”<sup>1</sup>.

Маҳаллий тадқиқотчилардан Наргис Қосимова *Интернет журналистнинг 12 қондаси* сифатида қуйидагиларни келтиради:

- “аниқ нарса ҳақида гапириш;
- тайёрланиш ва эшитиш;
- саволларни маълум шаклга солиш;
- тинглай олиш;
- интервьюнинг турларидан самарали фойдалана олиш;
- воқеалар ривожини кузатиб бориш ва баён этиш;
- янгиликларни воқеа ривожини асосида янгилаб бориш;
- тил маданиятига эътибор бериш;
- янги талқинларни яратиш;
- қисқалик ва лўндалик;
- оқибатларга нисбатан бетарафлик;
- вақт билан собитқадам бўлиш”<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> [www.mediart.ru](http://www.mediart.ru) -07.03.2012

Хўш юқорида саналган талабларга жавоб берадиган on-line журналистларнинг сони юртимизда қанча? Улар қайси олийгоҳлардан етишиб чиқмоқда? Интернет журналисти сифатида фаолият юритиш ҳуқуқига эгаллигини инкор этмаган ҳолда кўшимча қилардики, Мирзо Улуғбек номидаги Ўзбекистон Миллий университети ва Ўзбекистон Давлат жаҳон тиллари университетининг халқаро журналистика факультетида Интернет журналистика бўйича кадрлар ҳам етишиб чиқади. Аммо ҳар икки факультетда назарий билим бериш амалиётни ўрганишда кўра устун туради. Бугунги шиддатли замоннинг талабига лаббай дея оладиган Интернет-журналистларини етиштириб чиқиш аниқ иш режа асосида амалга оширилмаяпти. Амалий машғулотларда миллий Интернет журналистика тажрибаси суст ўрганиляпти. Шу сабаб глобал маконда ишини бошлаган журналистларнинг малакасини ошириш масаласига ҳам эътибор қаратиш лозим бўлмоқда. Бу борада Журналистларни қайта тайёрлаш халқаро маркази<sup>2</sup> турли семинар ва тренинглари ўтказиш орқали яхши натижаларга эришмоқда.

Шу ўринда таъкидлаш жоизки, UzNet тармоғидаги, яъни ўзбек тилидаги сайтлар, ижтимоий тармоқларда фаол бўлган журналистлар ва журналист бўлмаган бошқа соҳа вакиллари томонидан мамлакатимизда Интернет журналистикаси ривожлантириш юзасидан турли таклиф ва лойиҳалар ўртага ташланиб, ўзининг амалий натижасини кўрсатмоқда. Хусусан, 2014 йилнинг январь-март ойларида биринчи бор Ўзблоггерлар чемпионати бўлиб ўтди. Чемпионат ҳақида юқорида тўхталган эдик. 2014 йилнинг 31 майида эса “Узнет уммони” деб номланган Узнетга бағишланган ўзбек тилидаги илк конференция бўлиб ўтди<sup>3</sup>. Анжуманда ўзбек тилида сайт, Интернет-лойиҳа, мобил илова-дастур ишлаб чиқаётган мутахассилар дуч келаётган муаммолар муҳокама қилинди ва уларнинг

---

<sup>1</sup> Қосимова Н. Интернет журналистиканинг технологик асослари. – Т.: Ўзбекистон мустақил босма оммавий ахборот воситалари ва ахборот агентликларини қўллаб-қувватлаш ва ривожлантириш жамоат фонди, 2012. – 61-б.

<sup>2</sup> [www.uzjournal.uz](http://www.uzjournal.uz)

<sup>3</sup> <http://kun.uz/2014/05/31/ummon-2/>

ечимлари бўйича таклифлар берилди. Хусусан, унда бугунги ўзбек on-line журналистикаси аҳволи, IT-технологияларни ўзбекчалаштириш жараёнлари, ўзбек тилида ёзадиган блоггерлар фаолияти, ўзбекча контент яратиш муаммолари ва Ўзбекистондаги IT-компаниялар тажрибаси ҳақида сўз борди. Шунингдек, тадбирда Интернет журналисти дуч келаётган муаммолар тилга олинди. Улардан бири сифатида ўзбек ёзувининг икки алифбо – *кирилл ва лотинда* олиб борилаётгани, бу сайт эгалари ва Интернет-ресурслар учун маълум маънода қўшимча харажатларга сабаб бўлаётгани, шу билан бирга, янги сайт ташкил қилувчилар олдида сайтни қайси ёзувда олиб бориш борасида осон бўлмаган танлов юзага келаётгани кайд этилди.

IT-дастурлар ва қурилмаларни ўзбекчалаштириш бўйича мутахассис Ҳ.Фозилжонов бу борада шундай фикр билдирди: “Мен янги сайт ташкил қилаётганларни имкон қадар лотин алифбосига асосланган ёзувдан фойдаланишга чақирган бўлардим. Чунки бугунги кунга келиб деярли барча операцион тизимлар лотин алифбосига асосланган ўзбек ёзуви бўйича ўзбекчага таржима қилинмоқда” (ўша манба).

Интернет журналистлари йўл қўяётган қўпол хатолардан бири — бу таржимадаги хатолардир. Айниқса, бир нечта тилда фаолият кўрсатаётган сайтларда жумлаларни нотўғри, юзаки таржима қилиш ҳолатлари яққол кўзга ташланади. Масалан, асосий тил сифатида рус тилини танлаган, бироқ материалларнинг ўзбек тилидаги вариантини ҳам тақдим этувчи сайтлардан бирида йўл қўйилган хатоларга эътибор қаратсак.

*Дунье*



28.05.2014

Украина МДХ таркибидан чиқади

14.05.2014

Россиялик машҳур гимнастикачи Ўзбекистонни танлади

Podrobno.uz

[Кайтмоқ оркага](#)

**Янгиликлар шарҳлари:**

Ўзини “нафақат Ўзбекистон, балки Марказий Осиёдаги етакчи ОАВ” сифатида эълон қилган [www.podrobno.uz](http://www.podrobno.uz) сайтининг ўзбек тилидаги шаклининг биргина саҳифасида тўртта кўпол имовий ва услубий хатога йўл қўйилган. “Мир” рубрикаси “Дунье” деб таржима қилингани ва бу асосий контентда тургани бизнинг назаримизда чаласаводлик белгисидир. Қолаверса, *“Материал тайёрлади”* (“Материални тайёрлади” эмас), “Кайтмоқ оркага” (“Оркага қайтмоқ” эмас), “Янгиликлар шарҳлари” (“Янгиликлар шарҳлари” эмас) жумлалари ушбу сайтга ташриф буюрувчи хар бир фойдаланувчининг тил савиясига путур етишига олиб келиши шубҳасиз.

Интернет журналисти дуч келаётган ва йўл қўяётган хатолардан яна бири унинг **“виртуал тил”** борасида мақбул йўлни топа олмаётганидир. Гап шундаки, у оддий журналист сингари узундан-узун жумлалар, тасвирлар, таассуротлар билан аудиторияни ушлаб қололмайди. 8 секунд қоидасини эсланг. Унинг тили сўзлашув даражасидан юқорида, расмий услубдан пастда, ўзига хос ўрталикда бўлиши лозим. Материал тили ўқувчига мақолани тез ўзлаштириш ва интерактив мулоқотга чорлаши, яъни ўз фикрини шарҳда ё баҳсли ойналарда қолдиришига ундаши лозим.

Жумладан, маҳаллий олимлардан бири Наргис Қосимова бу мезонларни қуйидагилар ташкил этади деб ҳисоблайди<sup>1</sup>: “Янгиликларни баҳолай олиш, аудиторияга яқин бўлиш, ўзига хос, кутилмаган материалларни тайёрлаш, материаллари шахсларга йўналтирилган

---

<sup>1</sup> Қосимова Н. Интернет журналистиканинг технологик асослари. Т.:.....-2012. - 54 б.

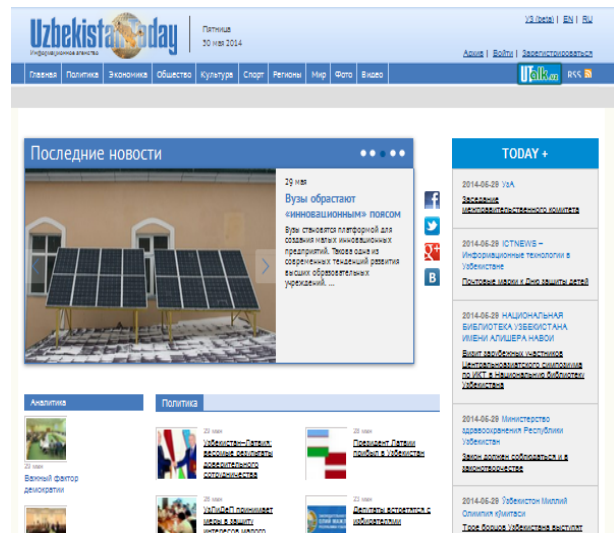
бўлишига эътибор қаратиш, уларнинг қизиқарли бўлиши, шахсий (тахририятда тайёрланган) бўлиши ва албатта муҳим бўлиши керак”. Тадқиқотчи томонидан келтирилган мезонларнинг айримларига алоҳида тўхталиб ўтсак.

“Янгиликларни баҳолай олиши”. Агар Интернет журналисти ўз сайтига эга бўлса ёхуд бирор сайт учун мунтазам мақола топшириб турса, албатта, янгиликларни танлаш ва уларни баҳолаш кўникмасини ўзида шакллантирган бўлиши керак. Сабаби бугун on-line маконда етакчилик қилаётган асосий жанрлар информацион жанрларга тўғри келади. Шунчаки янгилик Интернет фойдаланувчисини жалб қила олмайди. Хабарлар ноодатий, кутилмаган, долзарб бўлмоғи керак. Масалан, [www.kun.uz](http://www.kun.uz) сайтида одатда бериладиган янгиликларга эътибор қаратинг: “[Ўзбекистонда ҳафта давомида рўй берган ёнғинлар натижасида 6 киши кўйди](#)”, “[Тошкент Forbes’нинг бизнес учун энг яхши шаҳарлар рейтингиди Олма-Ота, Бишкек ва Душанбедан ортда қолди](#)”, “[Себзорда тўққиз ойлик чақалоқ бешинчи каватдан тушиб кетди](#)” ва ҳоказо. Сиз бу каби янгиликларни одатдаги нашрлардан топмайсиз. Шунинг учун ҳам ўқувчи шу каби сайтларга интилади. Янгиликларнинг шов-шувли, сенсацияли бўлиши эмас, аввало, ноодатий, қизиқарли бўлиши муҳим.

Бироқ анъанавий газеталарнинг е-сайтларида бу мезон деярли кузатилмайди. Олдинги бобларимизда ўрганиб чиққанимиздек, аксар газеталар чоп этилган санадигина ўз сайтини янгилайди ва нашрда чиққан материалларни қандай бўлса (масалан, “Жамият” газетаси), шундайлигича, Интернет аудиториясига мослаштирмай жойлаштираверади. Аммо мустасно тариқасида “Uzbekistan today” нашрининг on-line версиясини<sup>1</sup> келтириб ўтишни хоҳлардик. Сайт газетага ҳамоҳанг ва алоҳида равишда янгиланиб, энг сўнгги янгиликларга бойитиб борилади. Шу сабаб ҳам газетанинг босмасини ўқувчилардан кўра, унинг сайтига ташриф буюрувчилар кўпроқ кишини ташкил этади.

---

<sup>1</sup> [www.ut.uz](http://www.ut.uz)



“Аудиторияга яқин бўлиш”. “Бизга ҳам географик, ҳам маданий нуқтаи назардан яқин бўлган воқеа-ҳодисалар олисдагиларига нисбатан кўпроқ қизиқиш уйғотади. Аудитория билан воқеа содир бўлган жой ўртасидаги масофа қанчалик олислаша борса, янгиликнинг қиймати ҳам шунга тескари равишда пасая боради”, деб ёзади Н.Қосимова (ўша манба). Бу фикрга маълум маънода қўшилиш ва қўшилмаслик мумкин.

Сабаби Интернет вақт ва макон чекловларини йўқ қилади. Бир нуқтадан туриб, дунёнинг исталган ерида содир бўлаётган воқеа-ҳодисалардан бохабар бўлиш имкони мавжуд экан, Интернет-газета ва инфор­мацион сайтлар ҳам бераётган хабарларининг географик қамровини кенгайтиришга ҳаракат қилиши лозим. Узнетда фаолият кўрсатаётган қарийб барча инфор­мацион сайтларда жаҳон янгиликлари бўлими мавжуд. Интернет-газеталарнинг журналистлари ҳам шу даражага интилиши, маҳаллий янгиликлар билангина чекланиб қолмаслиги лозим.

“Шахсий (тахририятда тайёрланган) бўлиши керак”. Олиманинг бу фикрини мақуллаган ҳолда қўшимча қилишни истардикки, соф Интернет нашрларда ўз тахририяти билан бир қаторда тезкорлик, долзарблиликни таъминлаш мақсадида бошқа сайтларга жойлаштирилган хабарларни таржима қилиб бериш тенденцияси кузатилади, албатта, ҳақиқий манбани кўрсатган ҳолда. Бу ҳолатнинг ижобий томони шундаки, маълум сайтнинг мухлиси шу биргина сайтдан ўзига керакли бўлган қарийб барча

маълумотни топа олади. Лекин босма нашрларнинг е-шаклида ўзга тахририят мақолаларини жойлаштириш нотўғри эканини тушунса бўлади. Бироқ улар ҳам ахборот агентликлари, мустақил институтлар, давлат ва нодавлат ташкилотларининг расмий сайтлари ва хоказо манбалардан муҳим маълумотларни манбага ҳавола келтирган ҳолда жойлаштиришлари мумкин. Ушбу жараённинг ҳам ёрқин мисолини “Uzbekistan today” нашрининг on-line шаклида кўришимиз мумкин. Сайтда 20 дан ортиқ манбалардан (*масалан, УЗА, ICTNEWS – Информационные технологии в Узбекистане, Национальная библиотека Узбекистана имени Алишера Навои, Министерство здравоохранения Республики Узбекистан ва бошқалар*) олинган кизиқарли, долзарб хабарлар мунтазам киритиб борилади.

Шу ўринда “The Guardian” журнали мутахассислари Интернет учун ёзадиган журналистлар учун тайёрлаган маслаҳат ва тавсияларини айтиб ўтиш ўринли<sup>1</sup>.

- *Агар сиз фақатгина веб-сайтда жойлаштириш учун мақола ёзаётган бўлсангиз, уни тахририят сиёсатидан келиб чиққан ҳолда истаганингиздек ёзишингиз мумкин. Агар у босма нашрнинг Интернет нусхаси бўлса, шунга мос равишда иш тутилади.*

Хорижлик мутахассисларнинг бу таъкиди, бизнинг on-line нашрлар учун ҳам тўла мос келади, де байта оламиз. Яъни соф е-нашрларнинг номи, дизайни, контентидан тортиб ундаги материаллар ҳам унинг фақат Интернет фойдаланувчиси учун мўлжалланганлигидан далолат беради. [www.gazeta.uz](http://www.gazeta.uz), [www.kun.uz](http://www.kun.uz), [www.UzDaily.uz](http://www.UzDaily.uz) материаллари бунга яққол мисол бўлади. Истисно тариқасида Ўзбекистон Миллий ахборот агентлигининг сайтини<sup>2</sup> келтириб ўтишимиз мумкинки, унинг материалларини бевосита босма нашрларда ҳам ва маълум маънода веб-

---

<sup>1</sup> Қосимова Н. Интернет журналистиканинг технологик асослари. – Т.: Ўзбекистон мустақил босма оммавий ахборот воситалари ва ахборот агентликларини қўллаб-қувватлаш ва ривожлантириш жамоат фонди, 2012. – 54-б.

<sup>2</sup> [www.uza.uz](http://www.uza.uz)

маконда ҳам қўлласа бўлади. Босма нашрларнинг е-шаклларидаги материаллар эса улар даставвал босма нашр газетхони учун мўлжалланганлиги, кейин эса сайтга жойлаштирилганлигидан хабар бериб туради.

- “Guardian” мутахассислари яна Интернетнинг афзалликларидан бири маконнинг чекланмаганлигини уқдиради. Бу бир томондан тўғри. Аммо мана шу макон эркинлигидан тўғри фойдаланилмаса, мақола сунъий равишда “шиширилиб”, мақсад ва мавзудан чиқиб кетиши, ўқувчини зериктириб қўйиши мумкин. Янгиликлар маълум бир қолипга солинган услубга эга бўлиши керак. Улар ҳар доим қисқа, аниқ ва лўнда ёзилиши лозим. У ёки бу воқеа-ходиса ҳақидаги мақолада эса мавзунини батафсил таҳлил қилиш мумкин.

Интернет журналисти эътибордан четда қолдирмаслиги лозим бўлган яна бир хусусият унинг махсус лойиҳалар билан ишлай олишидир. Бу нарса аудиторияни кўпроқ жалб қилиш, маълум мавзу бўйича мунозара ва фикр алмашишларни вужудга келтиришга хизмат қилади. Улар “Махсус лойиҳа” ёки “Махсус рукн” деб номланади. “Одатда воқеа жуда катта қизиқиш ва эътиборга сазовор бўлганда ва таҳририятда унга бағишланган мақолалар кўп бўлганда шундай йўл тугилади”<sup>1</sup>. Назаримизда, “Аргументы и факты” газетаси журналистлари нашрнинг on-line шаклида махсус лойиҳалар уюштиришга жуда уста. 2014 йилги қишки олимпиада ўйинларига бағишланган “Сочи — 2014”, оғир беморлар ҳаётини сақлаб қолиш учун маблағ тўпловчи “АиФ. Доброе сердце”, мана неча ҳафтадан буён дунёнинг энг долзарб мавзуларидан бирига айланган Украинадаги нотинчликка бағишланган “Украина после майдана” лойиҳаларини миосл қилиб келтиришимиз мумкин. Ушбу лойиҳаларда хабарлар, таҳлилий

---

<sup>1</sup> Қосимова Н. Интернет журналистиканинг технологик асослари. – Т.: Ўзбекистон мустақил босма оммавий ахборот воситалари ва ахборот агентликларини қўллаб-қувватлаш ва ривожлантириш жамоат фонди, 2012. – 56-б.

мақолалар, фотосуратлар, суратлар галереяси, интерактив овоз бериш ва бошқа шакллардан аралаш ҳолда фойдаланилади.

**СПЕЦПРОЕКТЫ** ▾

«АИФ. ДОБРОЕ СЕРДЦЕ»

ЛЕКАРСТВЕННЫЙ СПРАВОЧНИК

ОСТРЫЙ УГОЛ

УКРАИНА ПОСЛЕ МАЙДАНА

СПОРТ В ГОРОДЕ

Интернет журналистика интерфаолликнинг юқори даражасини кўрсатгани боис Интернет журналисти аудиторияга жуда яқин бўлади ва у билан бевосита мулоқот қилиш, ҳар бир материали борасида фикр сўраш, қайта алоқага чиқиш каби ўнлаб имкониятларга эга. У интерактив форум ёки овоз беришни ташкил этиш йўли билан фойдаланувчиларни суҳбатга жалб эта олади. Масалан, BBC нинг Интернет хизмати 1999 йилда Туркияда юз берган zilзила пайтида форум ташкил қилди. Ўшанда халқаро алоқа линияларига зарар етгани боис хориждан Туркияга қўнғирок қилишнинг имкони йўқ эди. Аммо мамлакатнинг ўзида телефонлар ишлаб турганди. Дунёнинг турли минтақаларида яшовчи кишилар Туркиядаги қариндош-уруғларининг тақдиридан хавотирланиб, мана шу форум орқали уларни топишга ҳаракат қилишган”<sup>1</sup>.

### **3.3. Ўзбекистондаги етакчи интернет журналистларининг ижодий лабораторияси**

UzNet сегментида фаолият юритаётган ўзбек журналистлари Интернетнинг фаол фойдаланувчиларига яхши таниш бўлиб қолади. Глобал тармоқнинг ўз машҳур журналистлари, сураткашлари, репортёрлари бор. Кузатувларимиздан маълум бўладики, Интернет журналистларининг номи сайтларда икки хил кўринишда намоён бўлади: очик ва яширин. Биринчисида, муаллиф ҳар бир материал остида ўз

<sup>1</sup>“The Guardian” journal //www. Guardian. com

исмини кўрсатиб ўтади. Иккинчисида эса, ўз исмини кўрсатмайди. Бу асосан бутун бир сайтни бир ўзи юритадиган журналистларда кузатилади. Улар материалидаги ахборот манбаси, интервью берувчиларнинг исми, шарифини келтириш билангина чекланадилар. Биз ижоди ва фаолиятини таҳлил этишни мақсад этган Наргис Қосимова асосан биринчи, Мухрим Аъзамхўжаев<sup>1</sup> ва Бахтиёр Насимов иккинчи шаклда ўз материалларини тақдим этади.

Маҳаллий Интернет журналистларининг ижодий лабораториясини таҳлил этишдан аввал ҳар бири яратган веб-сайтлар тўғрисида маълумот бериш жоиз.

М.Аъзамхўжаев “2012 йилнинг январида [www.kun.uz](http://www.kun.uz) Интернет нашрига асос солган. Нашр ўз олдида Ўзбекистон ва жаҳонда содир бўлаётган энг муҳим воқеа-ҳодисалар ҳақида тезкор, аниқ ва холис ахборот беришни мақсад қилиб қўйган. Ўзбекистон Матбуот ва ахборот агентлиги (ЎзМАА)да рўйхатдан ўтган. 2013 йил 25 июлдан №0987 сонли ОАВ (веб-сайт) давлат рўйхатидан ўтказилганлиги тўғрисидаги гувоҳнома. Ушбу сайт 2012 йилги UZ миллий домени Интернет-фестивалида “Энг яхши ОАВ сайти” йўналишида 2-ўрин. 2013 йилги UZ миллий домени Интернет-фестивалида “Энг яхши ОАВ сайти” йўналишида 3-ўрин”га лойиқ кўрилган”<sup>2</sup>. Сайтда шу кунгача 6,5 мингта материал эълон қилинган. 2012 йил январидан бери ташриф буюрган ташрифчилар сони 3,36 миллиондан ошган, улар томонидан 11 миллиондан ортиқ саҳифа кўрилган<sup>3</sup>.

Узоқ йиллар босма нашрларда самарали фаолият кўрсатган Бахтиёр Насимов сўнгги йилларда глобал тармоқда тобора фаол ҳаракат қилмоқда.

---

<sup>1</sup> М.Аъзамхўжаев — UzNet тармоғидаги энг фаол Интернет-журналистларидан бири, [www.kun.uz](http://www.kun.uz) сайти раҳбари. У 1989 йил Тошкентда туғилган. 2008-2012 йиллар ЎзЖДТУнинг халқаро журналистика факультетида таҳсил олган. “Чемпион” (2008 – 2011 йй.), “Стадион” (2011 – 2012 йй.) газеталарида фаолият юритган. Ўзбекистон Футбол Федерациясининг PR бўлими 1-даражали мутахассиси саналади (2012 йилдан ҳозирга қадар).

<sup>2</sup> <http://kun.uz/about/>

<sup>3</sup> М.Аъзамхўжаев. Ибтидо. –Узнет уммони медиа конференцияси. — Тошкент, 2014.

У асос солган “**Новости от Насимова**” сайти<sup>1</sup> 2013 йилда UZ миллий домени Интернет-фестивалида “Энг яхши муаллифлик саҳифаси” номинациясида 1-ўринга сазовор бўлган.

Айтиш жоизки, сайтнинг тамал тоши 1992 йил 4 апрелда “Новости от Насимова” (НОН) агентлиги асос солинган вақт қўйилган. Блогнинг бундай номланиши тарихи 90-йилларга бориб тақалади. “Мен ишлаётган “Молодежь Узбекистана” газетасидан кам восита сарфлаб, кўп информация талаб қилинган ўша дамларда НОН агентлигини тузиш ғояси менда пайдо бўлган”, деб ёзади Б.Насимов (ўша манба). Агентлик роппа роса бир йил “умр кўрди”. Шу муддат ичида 49 та янгиликлар блоки нашр этилди. Сайт номи ана шу агентлик номидан келиб чиққан.

Наргис Қосимованинг эса муаллифлик сайти мавжуд бўлмаса-да, унинг ўнлаб мақолалари турли сайтлар(масалан, <http://uzb.econews.uz/>, <http://ekobarqaror.muloqot.uz> ва бошқалар)да эълон қилиб борилади. Интернет журналистикани илмий жиҳатдан тадқиқ этишга катта аҳамият берувчи бу тадқиқотчининг бир нечта илмий мақола, тўплам ва китоблари нашр этилган. Хусусан, “Журналистика – ижодий фан” мавзуида ўтказилган танловда Н.Қосимованинг “Интернет журналистикасининг технологик асослари” ўқув-қўлланмаси биринчи даражали дипломга муносиб топилди.

Юқорида санаб ўтган Интернет журналистларининг маҳорати ва ижоди ёндашув услубларини эса уларнинг глобал тармоқда эълон қилаётган мақолалари мисолида таҳлил этишимиз мумкин. Демак, жанр жиҳатдан **М.Аъзамхўжаевда** сайтининг йўналишидан келиб чиқиб, асосан, хабар, мониторинг, ҳисобот, кичик мақола жанридаги материалларини эълон қилади.

**Б.Насимов** сайти “сиёсий бўлмаган янгиликлар агентлиги” сифатида қаралиб, номи ҳам “Насимовдан янгиликлар” деб таржима қилинса-да, информация сайтлар сингари фақат хабар беришга қаратилмаган.

---

<sup>1</sup> [www.nasimov.uz](http://www.nasimov.uz)

Ҳозирда ушбу сайтдан бугунги куннинг долзарб мавзулари, муаллифнинг турли йилларда турли мамлакатларда ёзилган фикрлари, таассуротлари, кайдлари, кузатувлари, жумладан, Бангладеш, АҚШ, Чехия, Сурия, Франция, Бирлашган Араб Амирликлари, Буюк Британия, Германияда кечирган ҳаётдан ёзилган очерк ва бошқа турдаги мақолалар жой олган. Мавзулар йўналишини асосан ўзининг муаллифлик мақолалари, очерклари, эсселари, фикр-ўйлари ташкил этади. Шунингдек, ўзи муҳим деб ҳисоблаган воқеалар ҳақида ёзилган ўз сайти мухбирларининг мақолаларини ҳам жойлаштириб туради. Айрим мақолаларда танқидий (масалан, йўллар ўйдим-чуқурлигига бағишланган, кундалик турмушда учраётган муаммолар ва хоказо), таҳлилий руҳ етакчилик қилса, баъзи (Бук кафе, Арманлар ошхонаси ҳақидаги)ларида мақтов устунлик қилади. Маълумотларга кўра, сайтда эълон қилинган ижодий намуналар “500 страниц от Насимова” тўпламида нашр этилиш арафасида<sup>1</sup>

**Н.Қосимованинг** веб-сайтларда эълон қилинган материалларини эса асосан экологик муаммоларга қаратилган ўткир таҳлилий, танқидий, илмий-оммабоп мақолалар ташкил этади.

Ижодкорларнинг бевосита мақолаларини таҳлил этишни сарлавҳаданбошлаш ўринли. Зеро, ҳар қандай материалнинг ўқувчига илгак тортадиган биринчи жиҳати *сарлавҳадир*. “Сарлавҳа оддий ва тушунарли бўлиши керак, агар у грамматик жиҳатдан қисқа гап шаклида бўлса, яна ҳам яхшироқ”, деб таъкидлайди Н.Қосимова<sup>2</sup>. Дарҳақиқат, агар босма нашрда сарлавҳанинг бадиий кўримлиги, сўзлар ўйинидан иборат бўлишига аҳамият қаратилса, Интернет-нашрларда уларнинг мақола мазмунидан нечоғлик бохабар қилиши етакчи планга чиқади. Дейлик, анъанавий газетада “Учрашув” деб берилган хабарни М.Аъзамхўжаев ўзининг ахборот сайтида “*Абдулазиз Комилов Туркия ташқи ишлар вазир*

<sup>1</sup> <http://nasimov.uz/2014/06/sbornik-500-stranic-ot-nasimova/#more-14681>

<sup>2</sup> Қосимова Н. Интернет журналистиканинг технологик асослари. – Т.: Ўзбекистон мустақил босма оммавий ахборот воситалари ва ахборот агентликларини қўллаб-қувватлаш ва ривожлантириш жамоат фонди, 2012. – 55-б.

билан учрашди”<sup>1</sup> деб беради. Сабаби Интернет фойдаланувчиси ўзига керакли маълумотни қидирув сайтлари орқали излаганда ахборот сайтидаги маълумот қидирув натижалари рўйхатида чиқиши учун материалдаги муҳим сўз ё жумла сарлавҳада албатта иштирок этиши керак. У танлайдиган сарлавҳаларининг бу қадар узун бўлишини ҳам шу билан изоҳлаш мумкин. Масалан, “Ўзбекистонда битирувчи ўқувчиларнинг ўз ўқитувчиларга қимматбаҳо совға беришлари тақиқланди”, “Тошкент Ислон университетиде ёшларни миллатлараро тотувлик руҳида камол топтириш масаласида фикр алмашилди”, “Болаларни бузғунчи ахборотлардан ҳимоя қилиш учун Ўзбекистон қонунчилигини такомиллаштиришни “замоннинг ўзи талаб қилаётгани” айтилди”<sup>2</sup> каби. Бандай кўринишдаги сарлавҳалар Ғарб журналистикаси намунаси бўлиб, улар “хедлайн”лар деб номланади. “Хедлайн (инглизча “headline”) — информацион характерга эга бўлган саравҳа, ном. Унинг асосий вазифаси матннинг энг муҳим элементларини ажратиб кўрсатиш. Мутахассислар фикрича, хедлайн ва лиднинг ўзида бутун материл бериши мумкин бўлган ахборотнинг 70 фоизи жам бўлади”<sup>3</sup>.

Бундан ташқари, [www.kun.uz](http://www.kun.uz)да сайт рейтингини ошириш, фойдаланувчилар эътиборини жалб қилиш мақсадида шов-шувли, жарангдор, баъзан провакация қилишга мойил сарлавҳаларга ҳам дуч келамиз. Масалан, “Мамлакатнинг энг зўр ошпазлари “Мазали Ўзбекистон” китобини яратиш устида ишлашмоқда”, “Muloqot орқали танишган ёшларнинг фотиҳа тўйи бўлиб ўтди” ва ҳоказо.

Авалло, бу веб-маконнинг талаби. Йўқса, у минглаб сайтлар рақобатига дош беролмайди. Аммо ҳақиқий журналист рейтинг васвасасида асл журналистик тамойил ва этик меъёрларни унутмайди.

“Россия для всех” Интернет-порталининг бош муҳаррири Радик Амиров рейтинг муҳимроқми ёхуд этика, деган саволга шундай жавоб

<sup>1</sup> <http://kun.uz/2014/05/27/foreign/>

<sup>2</sup> <http://kun.uz>

<sup>3</sup> [www.dic.academic.ru](http://www.dic.academic.ru)

беради: “Баъзан провокацияли сарлавҳа ёзгим келаверади. Менимча, бу журналистик феълимга хос бўлса керак. Аммо тушунаманки, бу билан манипуляция қилиш нотўғри. Интернет учун мақола ёзаётган журналист шундан ўзини тия билиши керак”<sup>1</sup>.

Б.Насимов муаллифлик сайтидаги материаллар сарлавҳаларида эса на провакация, на хедлайн усулини кўрамиз. Улар ўзидаги яширин ифода билан, қочирим ва сўз ўйинлари билан ўша мақолани ўқишга чорлайди. Баъзан мақолани ўқиб бўлгачгина сарлавҳа мазмунини англайсиз. Масалан, “Тимур стремительный”, “Вечный ребёнок Алла Гажева” ва шу сингари сарлавҳалар.

Н.Қосимова мақолаларининг “Уммондаги томчи ҳам кадрли”, “Экологик тарбияни ўзимиздан бошлайлик”, “Оби ҳаёт муаммоси ҳамкорликда ечилади”, “Дунё юз йилдан сўнг...”, “Ақлли” деҳқончилик сайёра аҳолисини боқади”<sup>2</sup> каби сарлавҳалари босма нашр сарлавҳаларини ёдга солса-да, ихтисослашган сайт ўқувчиларини ўзига тортиши аниқ.

Мақоланинг ўзи тўғрисида гап кетганда, глобал тармоқ журналистлари мақолани хатбошиларга бўлинган гаплар тизмасидан иборат бўлиши, ҳар бир гап битта фикрни ифодалашни мақуллигига урғу беришади. Зеро, мутахассисларнинг таъкидлашича, дастлабки 100 та сўзда мақоланинг асосий элементлари баён этиб бўлиниши керак. Қолган 400 та сўз эса (Интернетдаги янгиликлар учун 500 та сўз энг мақул шаклдир) иқтибос (цитата)лар, рақам ва фактлар, таҳлиллар воситасида воқеани тушунтиришга хизмат қилади.

“Агар сиз ўзингиз тайёрлаётган янгилик хабарида 500 тадан ортиқроқ сўз ишлатиш зарурати бор, деб ҳисобласангиз, қуйидаги техникани қўллаб кўринг: ҳамма фактларни ёйиб ташланг ва уларни кичик-кичик, аммо ўзаро боғлиқ қисмларга бирлаштиришга уриниб кўринг. Шунда уларнинг ҳар бири алоҳида мақола шаклини олади. Натижада асосий фактлар дастлабки

---

<sup>1</sup> [http://rus4all.ru/city\\_msk/20131018/724533841.html](http://rus4all.ru/city_msk/20131018/724533841.html) - 18.10.2013

<sup>2</sup> <http://uzb.econews.uz/>, <http://ekobarqaror.muloqot.uz>

500 та сўзда ифодаланеди, аммо ўша саҳифада мазкур воқеа ҳақида ҳикоя килувчи бошқа мақолаларни қайд этувчи ҳаволалар берилади. Натижада фойдаланувчининг эътиборига битта йирик ҳажмли мақола эмас, балки бир-бирини тўлдирувчи бир нечта мақола тавсия этилади”<sup>1</sup>. Тадқиқотчининг бу тавсияси бугунги on-line нашрларда жуда кенг қўлланилаётган усуллардан биридир. Ундан кўпинча бирор ҳодисанинг воқеалар ривожига оид хабарларни беришда фойдаланилади. Бундай мақолаларни [www.kun.uz](http://www.kun.uz) сайтида кўп учратиш мумкин. Жумладан, сайт муаллифи М.Аъзамхўжаев маълум жойда табиий офат рўй бергани тўғрисида хабар жойлаштиради. Бироз вақтдан кейин воқеа тафсилотлари янада аниқлашади ва кейинги хабарда табиий офатдан жабр кўрганлар, бедарак йўқолган ва ҳаётдан кўз юмганлар тўғрисидаги аниқ фактларни беради. Шу мавзуга оид кейинги материалда эса омон қолганларга қандай кўмак берилаётгани, бу борада ҳукумат вакили қилган баёнотни келтиради. Шу тариқа бир нечта хабарлар мажмуи воқеа ҳақида тўла тасаввур ҳосил қилишга хизмат қилади. Масалан, [www.kun.uz](http://www.kun.uz) сайтида Франциянинг Тулуза шаҳрида террорчи Мера Муҳаммадни тутиш ва унинг ўлдирилиши билан боғлиқ хабарлар 2 кун давомида (20.03-22.03.2012) кетма-кет бериб борилди.

**Расмлар.** Интернет журналисти учун улар худди анъанавий журналист учун қалам қандай муҳим курул бўлса, шундай аҳамиятга эгадир. Веб-саҳифани кўраётган одам ахборотларни, аввало, визуал равишда қабул қилади. Шу боис ҳар бир материални журналист мос расм билан таъминлаши лозим. Б.Насимов ва Н.Қосимова сайтларга жойлаштираётган ҳар бир материалга ноодатий, гўзал ва табиий расмлар қўйиши билан ажралиб туради. [www.nasimov.uz](http://www.nasimov.uz)да Б.Насимов қарийб ҳар бир материални воқеликка мос расмлар бойитиб боради. Суратларни асосан муаллифлик фотолари ташкил этади. Баъзан битта мақолада ўндан

---

<sup>1</sup> Қосимова Н. Интернет журналистиканинг технологик асослари. – Т.: Ўзбекистон мустақил босма оммавий ахборот воситалари ва ахборот агентликларини қўллаб-қувватлаш ва ривожлантириш жамоат фонди, 2012. – 59-б.

ортиқ расм бириктирилган мақолаларни учратамиз (масалан, “Грузия. “Аристофан” мақоласи).

М.Аъзамхўжаев эса материалга бириктирилган ҳар бир суратнинг манбасини кўрсатиб ўтиши билан фойдаланувчи ва мутахассислар ишончи ва ҳурматини қозонган.

**Ҳаволалар.** Интернет журналисти ўз матнида ички ва ташқи ҳаволалардан ўз ўрнида фойдаланишга ҳам эътибор қаратиши лозим. Тадқиқотларнинг кўрсатишича, айрим ўқувчилар томонидан линклар мақолаларнинг энг муҳим элементларидан бири сифатида қабул қилинади. Н.Қосимова “Линкларга мақоланинг бир қисми сифатида қараш керак. Улар айтилган гапни такрорлаш учун эмас, балки қўшимча маълумот бериш учун қўйилади”<sup>1</sup> деб уқтиради. Бу борада М.Аъзамхўжаев шундай фикр билдиради: “Кун’га намуна бўлган нашрлар – “Лента.ру” ва “Газета.уз”. Улар доим манба билан ишлайди, ҳар бир хабарига камида битта манба кўрсатади. Кун’даги деярли ҳар бир хабарда манба бор ва манбага деярли ҳар доим жонли ҳавола (hyperlink) берилади”<sup>2</sup>.

Шу ўринда яна бир савол туғилади. Анъанавий газета журналистини у хизмат қилаётган нашрнинг адади ўйлантирадимиз? Қисман, тўғрими? Сабаби бу билан таҳририятда шуғулланувчи махсус бўлим, обунани ташкил этувчилар бор. Бироқ сайтда ишловчи журналист унинг ёзган нарсасига, материални сайтга қандай жойлаштирганига сайт рейтинги, фойдаланувчилар миқдори бевосита боғлиқ эканини билади.

Рейтинг баландлиги сайтнинг молиявий барқарорлигига хизмат қилади. “Молиявий маблағ бўлса — мухбирлар (ва ньюсмейкер-таржимонлар) бўлади, мухбирлар бўлса – хабарлар кўп бўлади, хабарлар кўп бўлса – сайтга одам кўп киради, одам кўп кирса – реклама нархи

---

<sup>1</sup> Қосимова Н. Интернет журналистиканинг технологик асослари. – Т.: Ўзбекистон мустақил босма оммавий ахборот воситалари ва ахборот агентликларини қўллаб-қувватлаш ва ривожлантириш жамоат фонди, 2012. – 56-б.

<sup>2</sup> М.Аъзамхўжаев. Ибтидо. –Узнет уммони медиа конференцияси. — Тошкент, 2014.

кимматлашади ва ҳоказо”, дейди М.Аъзамхўжаев “Узнет уммони” конференциясида (ўша манба).

Рейтинг борасида Б.Насимов сайти биринчилар қаторида турмайди. Сайт ўқувчилари катта эмас. Бироқ ўз аудиторияси бор. Сайтда ёзилишича<sup>1</sup>, “Коинот томон қараган столча” дея таъриф берилган ушбу блогга муаллиф ўзи учун қизиқ деб топган барча турдаги мавзуларни жойлаштиради. Уларни самимий, эркин баён этади. Материалларнинг ҳажми турли-туман. Қисқа битиклардан тортиб туркум мақолаларгача. Айниқса, йўл очеркларига кенг ўрин берилган. Грузияга қилган сафарида кетма-кет ўнга яқин йўл очеркларини жойлаштирди. Муаллиф ҳозирги Интернет жанрлари орқасидан қувмайди. Балки ўзи учун севимли бўлган жанрларга ўқувчиларни чорлайди.

Шу кунгача сайтга 844 та ёзув эълон қилинган. Бундан ташқари, муаллиф архивида турли босма нашрларда чоп қилинган 700 дан ортиқ мақола, интервью, репортажлар бор. Уларнинг аксари “эскирган” бўлиб, сайтга жойлаштириш учун яроқсиздир. Лекин айримлари тарихий нуқтаи назардан ҳали ҳам ўз қимматини йўқотмаган. Шу сабаб муаллиф уларни ҳам ўз сайтига жойлаштирган.

Глобал тармоқда ҳар куни, ҳар соатда сайтга нечта фойдаланувчи ташриф буюрганини, у ёки бу мақолани нечта одам ўқиганини билиш имкони бор. Шу сабаб on-line журналисти ёзган ҳар қандай хабар ёки мақоласининг сарлавҳаси, дастлабки 100 та сўзи, ёнида берган фотосурати (бунда журналистдан фотоаппарат билан ишлаш олиш кўникмасига ҳам эга бўлиши талаб этилади) ўқувчида қизиқиш уйғота олишига эришиш, шу орқали сайт рейтинги, унга ташриф буюрувчилар сонини ошириш мумкин.

Яна бир эътиборли жиҳати, глобал тармоқда сайтни *янгилаб туриш*, яъни материалларни жойлаштириб туриш ораси ҳам ҳисобга олинади. Сайт қанчалик тез янгиланиб туриши ҳам унинг мавқеини белгилаб беради. Масалан, М.Аъзамхўжаевнинг kun.uz сайти ахборот сайтлари

---

<sup>1</sup> [www.nasimov.uz](http://www.nasimov.uz)

талабларига кўра, бир кунда ўртача 5-8та хабарга бойиб борса, Б.Насимов мақолалар сони эмас, сифатини биринчи даражага кўяди ва бир кунда ўртача 1-2 та материал жойлаштиради. Н.Қосимованинг биз юқорида санаган икки сайтга мақолалар жойлаштириш усули эса ўртада муайян танаффус билан бир мартада бир нечта материал эълон қилиш билан характерланади.

Интернет журналистларининг ижодий ишидаги ўзига хосликларни таҳлил этар эканмиз, М.Аъзамхўжаев тақдим этадиган материалларда айрим тафсилотларни очик қолдириш, қизиқиш ва сирлиликни кучайтириш, воқеалар ривожини билишга истакни кучайтириш сезилади. “Носик ва Тимченко “Лента.ру”сининг энг яхши анъаналарига содиқ қолган ҳолда – ахборотда қайсидир саволлар очик қолган бўлса, ўша савол очик қолгани ҳақида хабар берилади – “фалон нарса дейилган, лекин қандай бўлгани ҳақида маълумот берилмаган”<sup>1</sup> (ўша манба).

Бу нарса нотўғри информация тарқалишининг олдини олиш билан бир қаторда сирлилик ва давомийлик ҳиссини уйғотиш, қизиқишни кучайтиришга хизмат қилади.

Б.Насимовнинг иш услубида эса кўнгилли журналистлар ҳамкорлигида лойиҳалар ташкил этиш, улар томонидан ёзилган хабарлардан фойдаланиш мавжуд. Сайтда 800 дан ортиқ материал бор бўлса, ундан 60 дан зиёди ташқи муаллифлар томонидан ёзилган. Сайтда вақти-вақти билан ёш журналистлар, репортёр ва суратчиларни кўнгилли равишда ҳамкорликка чақириш тўғрисидаги эълонлар берилади<sup>2</sup>.

### **Ш боб бўйича хулосалар**

Ўзбекистонда Интернет журналистика йўналишида мавжуд муаммолар сабаби юртимизда яхши мутахассислар, юқори билим ва малакага эга журналист кадрларнинг етишмаётганлиги билан боғлиқ

<sup>1</sup> М.Аъзамхўжаев. Ибтидо. –Узнет уммони медиа конференцияси. — Тошкент, 2014.

<sup>2</sup> <http://nasimov.uz/2014/04/razlomite-lepeshku-s-non/#more-14246>

эканини таъкидлаб ўтиш лозим. On-line журналистика ривожланиб борар экан, маҳоратли журналистларга, хусусан, Интернет журналистларга бўлган эҳтиёж ортиб бораверади. У матбуот, радио, телевидение журналистларининг барча хусусиятларини ўзида мужассам этган ҳолда иш юритишига тўғри келади. Глобал тармоқ журналисти оддийгина жанр танлаш, ёзадиган мақоласининг сарлавҳасидан тортиб структурасини белгилаш, тили ва услубини белгилашда биров бошқача ёндашувда бўлади.

Шу ўринда, халқаро миқёсда ҳам оддий журналист, блоггер ва Интернет журналисти ўртасидаги чегара аниқ белгиланмаганлиги аён бўлади. Охирги иккитасининг ҳуқуқий мақоми тўла белгилаб берилмаганлиги уларнинг мақоми ва мавқеи, ҳуқуқ ва мажбуриятлари юзасидан турли баҳс-мунозалар келиб чиқишига сабаб бўлмоқда.

UzNet сегментида фаолият кўрсатаётган Интернет журналистлар ўз даражасини ошириш, халқаро андоза ва талабларга жавоб бериш даражасида шаклланиш мақсадида эътирофга лойиқ таклиф ва ташаббуслар билан чиқишмоқда. Мамлакатимизда илк бор ўтказилган Ўзблоггерлар чемпионати ва биринчи марта ўзбек тилида бўлиб ўтган “Узнет уммони” конференциялари бунга мисол бўлади.

Ўзбекистондаги Интернет журналистларининг маҳорати масаласида ҳам турли камчилик ва хатоликлар мавжудлигини кўрдик. Хусусан, таржимадаги саводсизликлар, фактларни текширмай, нотўғри тақдим этиш, айрим журналистларнинг Интернет аудиториясини инобатга олмай, мақолаларнинг босма нашрлардаги кўринишини глобал тармоқда ўз ҳолича эълон қилиши маълум бўлди.

Бироқ М.Аъзамхўжаев, Б.Насимов ва Н.Қосимоваларнинг ижоди мисолида юртимиздаги Интернет журналистларининг ижодий лабораториясини ўрганиш асносида амин бўлдикки, улардаги ижобий хусусиятлари, ўз услуби ва ёндашувига, энг муҳими, ўз аудитоиясига эгаллиги мазкур соҳада сезиларли ўзгаришлар юз бераётганлигидан далолат беради.

## ХУЛОСА

Оммавий ахборот воситалари ичида босма нашрларнинг ўрни бекиёс. Улар жамият ва давлат ҳаётида, инсонларнинг ахборот олишга бўлган эҳтиёжини қондириш, маънавий озуқа олишда етакчи куч, асосий воситалардан бири ҳисобланади. Айниқса, интернет журналистикаси пайдо бўлиб, ривожланиб, электрон нашрлар юзага кела бошлагандан сўнг янги бир ахборот воситаси, улкан ахборот манбаи вужудга келди. Унинг кескин суръатларда оммалашishi эса уни ҳар томонлама ўрганиш ва тадқиқ этиш заруратини тақозо этди. Зеро, интернет, шу жумладан, электрон нашрлар хусусида соҳа мутахассислари орасида тугал бир фикр мавжуд эмас. Шунга қарамай, интернетни алоҳида ОАВ сифатида, интернет журналистикани эса журналистлик фаолиятининг мустақил йўналиши сифатида тан олувчилар тобора кўпчиликни ташкил этмоқда. Қулайликларию афзалликлари бўлиши билан бир қаторда бир қанча камчиликларга эга кибермакон кўплаб олимлар учун тадқиқот объекти вазифасини ўтамоқда.

Мазкур диссертация ишида босма ва электрон нашрлар, улар фаолиятининг ҳуқуқий асослари, интернет газета шакли ва услубидаги тажриба ва муаммоларни ўрганиш давомида қайд этилганлар, жумладан, босма ва электрон нашрларнинг ўзига хос жиҳатлари, бугунги босма нашрлар ва уларнинг электрон нусхаларида кузатилаётган тенденциялар, электрон нашр афзалликлари ва истиқболи, on-line нашр имижини кўрсатувчи жиҳатлар ҳамда анъанавий ва интернет журналисти маҳорати масалаларини, Ўзбекистондаги етакчи интернет журналистларининг ижодий лабораториясини ўрганиш қуйидагича хулоса чиқаришга ундади:

1. Интернет журналистика ОАВнинг бошқа бирор тури қамраб ололмаган имкониятларга эга. Мамлакатимизда интернет журналистикаси ривожланишига катта эътибор қаратилиб, бу борада қатор ишлар амалга оширилаётганига қарамай босма нашрлар электрон версияларининг

аксарияти глобал тармоқ имкониятларидан тўла фойдаланмайди. Бу айниқса, босма нашрларнинг электрон нусхаларида яққол сезилмоқда.

2. Сайтлар тез-тез янгиланиб турилмайди, улардаги рукнларнинг айримлари амалда фаолият юритмайди, мақолалар интернет аудиторияси хисобга олинмасдан, қандай бўлса шундайлигича, ҳеч бир ҳаволаларсиз, фақат газета чиққан кундагина жойлаштирилади.

3. Электрон нашр материалларида фотосуратларнинг берилиши ҳам ўқувчи эътиборини жалб этиш ҳам ахборот ҳақида тўлароқ тасаввурга эга бўлишга ёрдам беради. Айти дамда Ўзбекистондаги айрим босма нашр (масалан, “Жамият” газетаси) веб-сайтларида бирорта сурат йўқлиги ачинарли, албатта.

4. Интернетнинг интерактив воситаларига форум, меҳмонлар китоби, сўровлар, шарҳлар, муаллифнинг э-почтаси билан алоқани киритар эканмиз, юртимиздаги босма нашрларнинг веб версиясида бу каби воситалар тўлалигича фаолият юритмаётганлигига гувоҳ бўлдик.

5. Тадқиқот давомида ўрганилган 10дан ортиқ электрон нашрлар ичида “Ўзбекистон овози”, “Оила даврасида”, “Uzbekistan today” газеталарининг веб-сайтлари интернет газета талабларига жавоб бериши маълум бўлди.

6. Мамлакатимиздаги анъанавий газеталарнинг электрон версияси билан хорижий сайтлар қиёсланганда дизайн, контент, тезкорлик, мультимедиа воситаларига бойлиги, шунингдек, on-line обуна бўлиш имкониятида сезиларли тафовутлар аниқланди.

7. Интернет анъанавий журналистикадаги жанр ҳақидаги тушунчаларни ўзгартираётгани, баъзи жанрлар ўз хусусиятларини йўқотиши ва бошқалар билан қоришиб кетиши, аудитория эҳтиёж-талабидан келиб чиқиб, янги жанрлар пайдо бўлиши кузатилмоқда (бунинг ижобий ва салбий жиҳатлари ҳам диссертация ишида кўрсатиб ўтилган). Хусусан, глобал тармоқда инфорацион ва таҳлилий жанрлар, шарҳлар, кичик мақоланинг барча турлари, мониторинг ҳамда on-line мулоқотлар кучайиб кетаётгани кузатилмоқда.

8. Тадқиқот давомида Ўзбекистондаги интернет журналистларининг маҳорати масаласида ҳам турли муаммолар мавжудлиги аниқланди. Жумладан, интернет газеталарда таржимадаги саводсизликлар, фактларни текширмай, нотўғри тақдим этиш, айрим журналистларнинг интернет аудиториясини инобатга олмай, мақолаларнинг босма нашрлардаги кўринишини глобал тармоқда ўз ҳолича эълон қилиши маълум бўлди.

9. Бироқ М.Аъзамхўжаев, Б.Насимов ва Н.Қосимоваларнинг ижоди мисолида юртимиздаги интернет журналистларининг ижодий лабораториясини ўрганиш асносида амин бўлдики, улардаги ижобий хусусиятлар, ўз услуби ва ёндашувига, энг муҳими, ўз аудиториясига эгаллиги мазкур соҳада сезиларли ўзгаришлар юз бераётганлигидан далолат беради.

Юқорида санаб ўтилган камчиликларни ечими сифатида кўйидагиларни таклиф этиш мумкин.

1. Электрон нашрга, аввало, унинг контентига қараб баҳо берилар экан, уларни қизиқарли, долзарб мавзудаги материаллар билан бойитиш, мазмунли суратлар билан безатиш, “жон киритиш” зарур.

2. Электрон ва анъанавий газета таҳририятларининг алоҳида бўлиши, унга ажратилган ходим, уларнинг маоши ва вазифалари аниқ белгилаб олинishi мақсадга мувофиқ.

3. Сайт содда, жарангдор, тез ёдда қоладиган номга эга бўлиши, иккинчи ва учинчи даражали номлардан қочиш тавсия қилинади.

4. Интернетнинг чексиз оламида айнан дизайн, чиройли ташқи кўриниш орқали фойдаланувчини жалб этиш мумкин экан, бу меъзонга алоҳида эътибор қаратиш, ранг, матн, сурат, анимация – барчаси фойдаланувчи диққатини тортиши билан бир қаторда, бир-бирига мувофиқ бўлишига эътибор қаратиш зарур.

5. Сайтлар ижтимоий тармоқлар билан алоқада бўлиши, уларда ўз саҳифаларига эга бўлиши; сайтдаги хабарларни тезкор янгилаб туриш, хабарларнинг тўғри, ишончли, холис ва текширилганлигига ишонч ҳосил

килиш; сайтдаги материалларнинг бир неча тилда бўлишига эришиш даркор.

Шунингдек, интернет журналистларининг маҳорати масаласида мавжуд муаммолар ечими сифатида қуйидагиларни тавсия этиш ўринли:

1. Мамлакатимизда фаолият кўрсатаётган интернет журналистлари жаҳон эътироф этган мутахассислардан А.Амзин, “”The Guardian” наشري тадқиқотчилари ҳамда Ватанимиз олимларидан Н.Қосимова билдирган тавсиялар асосида интернет журналисти эга бўлиши керак бўлган қўшимча билим, малака, кўникмаларни ҳосил қилишлари лозим.

2. Сайт рейтингини сақлаб қолиш ва ошириш учун сенсация, шов-шув ва “шиширилган” информациялардан эмас, баки тоъм маънода долзарб материаллардан фойдаланиш керак.

3. Интернет журналистларида жанр борасида ҳам биқиклик кузатилади. Хабар, кичик мақолалар билан чекланмасдан, балки танқидий-таҳлилий материаллар, шарҳлар, ўткир фельетон ва очеркларни жумлаган рубрикаларни ҳам қўшиши мақсадга мувофиқ.

4. Тезкорликни ошириш, контентни аудио ва видео материаллар билан бойитиши, кенг қамровли махсус лойиҳалар ташкил этиши мақсадга мувофиқ деб ҳисоблаймиз.

5. Қолаверса, интернет сайтлари қошида амалиёт машғулотлари, маҳорат мактабларини ташкил этиш мақсадга мувофиқ.