

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ
ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ
ЎЗБЕКИСТОН ДАВЛАТ ЖАҲОН ТИЛЛАРИ УНИВЕРСИТЕТИ
ХАЛҚАРО ЖУРНАЛИСТИКА ФАКУЛЬТЕТИ

Қўлёзма ҳуқуқида

УДК _____

Мирзаев Элёр АНВАРОВИЧ

ОНЛАЙН ГАЗЕТАЛАР ВА БОСМА НАШРЛАРНИНГ ЭЛЕКТРОН
ШАКЛЛАРИ: УМУМИЙЛИК ВА ЎЗИГА ХОСЛИК

5A220102 – Халқаро журналистика

Магистрлик даражасини олиш учун ёзилган
магистрлик диссертацияси

АВТОРЕФЕРАТИ

ТОШКЕНТ-2014

**Магистрлик диссертацияси Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари
университети, халқаро журналистика факультети “Халқаро
журналистика назарияси ва амалиёти” кафедрасида бажарилган**

Илмий раҳбар ф.ф.н, доцент
Н.Тошпўлатова

Расмий тақризчи:

Ўзбекистон Журналистлари ижодий

Уюшмаси раиси ўринбосари

З. Саидов

Илмий тақризчи ф.ф.н
А.Каримов

Диссертация ҳимояси 2014 йил июнь ойининг “ ” куни соат 9.00
Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университети халқаро журналистика
факультети ДАК йиғилишида ўтказилади.

Манзил: Тошкент шаҳар, Муқимий кўчаси, 104 уй.

Диссертация билан Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университети,
Магистратура бўлими архивида танишишингиз мумкин.

Автореферат 2014 йил “ ” июнда тарқатилди.

ДАК котиби

Ф.Раҳимова

ИШНИНГ УМУМИЙ ТАВСИФИ

Тадқиқот ишининг долзарблиги бугунги кунда интернет тармоғи бутун дунёни қамраб олган янги кўринишдаги етакчи ОАВ сифатида ривожланмоқда. Буни йилдан-йилга дунёда онлайн кўринишдаги медиа-нашрлар ва анъанавий газета журналларнинг электрон шакллари сони ортиб бораёгани мисолида кўришимиз мумкин.

Шунингдек, интернет тармоғида, телевизион компаниялар ва радиостанциялар, ахборот ва реклама агентликлари ўз саҳифаларини яратиб, фаолиятини кенгайтирмоқда. Интернет жаҳон журналистикаси қиёфасини кескин ўзгартириб юборди.

Дунёда интернетнинг шиддат билан тарқалиши кўплаб мамлакатларда энг обрўли ва машҳур босма нашрларнинг ададлари тушиб кетишига, айрим газеталар ёпилишига сабаб бўлмоқда. Ваҳоланки, радио ва телевидение пайдо бўлиши газеталар фаолиятига чек қўйиши ҳақидаги башоратларнинг нотўғри эканлигини исботлаганди. Бироқ, уларга яъни, электрон ОАВнинг юзага келишига матбуот бардош бера олди. Янги журналистика воситаси бўлмиш Интернетга ҳатто, «Нью-Йорк Таймс», «Вашингтон Пост» сингари жаҳоннинг етакчи нашрлари ҳам бас келолмади.

Маълумки, оммавий ахборот воситалари муайян кўринишларга эга. Уларнинг ташқи кўринишлари ҳам турлича бўлиб, коғозга босилган босма сўз шаклида ёки товушни қабул қилувчи, кўйингки ҳам товушни ҳам тасвирни қабул қилувчи қурилма сифатида ифода топган. Оммавий ахборот воситаларининг барчаси ахборот йиғади ва тарқатади. Шу орқали оммага таъсир кўрсатади. Уларнинг услуб, йўллари турлича бўлса-да, умумий мақсадлар, умумий қонуниятлар асосида иш кўради.

Онлайн нашр бу, аввало айнан медиа-нашр, тубсиз интернет уммонида газетхонлар билан журналистик маҳсулот ижодкорлари ўртасида рақамли тарзда интерактив (онлайн ва оффлайн режимдаги) ахборот алмашинувини

таъминлаш мақсадида яратилган ва эркин бошқариладиган оммавий ахборот воситасидир. Шу сабабли, тармоқ технологиялари фойдаланувчиларга зарур маълумотларни асл манбадан қидириш ва жойлаштириш имкониятини бера олади.

Ўзбекистон Республикасининг 2007 йил 15 январда қабул қилинган «Оммавий ахборот воситалари тўғрисида «ги (янги таҳрири) Қонунининг 4-моддасида «оммавий ахборотни даврий тарқатишнинг доимий номга эга бўлган ҳамда босма тарзда (газеталар, журналлар, ахборотномалар, бюллетенлар, ва бошқалар) ва электрон тарзда (теле-, радио-, видео-, кинохроникал дастурлар, умумфойдаланишдаги телекоммуникация тармоқларидаги веб-сайтлар) олти ойда камида бир марта нашр этиладиган ёки эфирга бериладиган шакли ҳамда оммавий ахборотни даврий тарқатишнинг бошқа шакллари оммавий ахборот воситасидир» дейилган.¹

Демак, газеталар, журналлар, радиоэшиттиришлар, телекўрсатувлар, ахборот агентликлари, интернетнинг ҳам оммавий ахборот воситаси сифатида умумий, ўзига ҳос хусусиятлари бор. Ҳар бир оммавий ахборот воситаси тузилиши, ўрни, аҳамияти, йўналишига қараб ўзига ҳос хусусиятлар ва афзалликларга эга. Ижтимоий ахборот йиғиш ва тарқатишдек улкан вазифани бажарувчи оммавий ахборот воситаларининг жамият ҳаётида нақадар муҳим аҳамиятга эга экани унинг тараққиёти давомида турли хил кўринишлар касб этганлигида ҳам яққол кўринади.

Мамлакатимизда ахборот жамиятини ривожлантириш масаласига эътибор ҳар қачонгидан ҳам ортган. Хусусан, Президент Ислам Каримов бу ҳақда «Замонавий ахборот ва компьютер технологиялари, рақамли ва кенг форматли телекоммуникациялар, интернетни нафақат мактаб, лицей, коллеж ва олий ўқув юртларида, балки ҳар бир оилада жорий қилиш ҳаракатлари бугунги кунда тобора кучайиб бормоқда. Айнан замонавий алоқа ва ахборот технологиялари тизимини кенг кўламда ривожлантириш мамлакатимиз ва

¹. Оммавий ахборот воситалари тўғрисида (янги таҳрири) Ўзбекистон Республикаси қонуни 2007 йил 15 январь.

жамиятимизнинг тараққиёт даражасини кўрсатадиган мезонлардан бири бўлиб хизмат қилади» дея таъкидлаб ўтган.¹ Зеро, мамлакатимизда бу жараёнга алоҳида эътибор берилаётганлиги, соҳани такомиллаштириш мақсадида қонунлар, қарор ва бошқа меъёрий ҳужжатлар қабул қилиниб, ҳаётга тадбиқ этилаётгани қувонарлидир. Бугун мамлакатимиз аҳолисининг кўпчилиги интернетдан фойдаланиш имконига эга. Энг муҳими сўнгги йилларда интернетни ривожлантириш борасида амалага оширилаётган саъй-ҳаракатлар самараси ўлароқ Интернет журналистикаси номли фан юзага келди.

Интернет тизимида ва у орқали ахборот тақдим этаётган ОАВда мультимедиа, интерактивлик ва тезкорлик биринчи даражага кўтарилди, шунингдек, мазкур веб-саҳифаларнинг мазмуни, ўзига хос дизайни, ундаги фаолият юритаётган журналистларнинг ҳали ёзилмаган қонун-қоидалари мавжулигини кўрсатиб, айнан Интернет нашрлари ўқувчиларини ўзига жалб этишда муҳим аҳамият касб этади.

Мамлакатимизда интернет тармоғини ривожлантириш унинг мустақкам ҳуқуқий базасини шакллантириш, электрон нашрлар фаолиятини янада изчил йўлга қўйиш ва самарадорлигини ошириш бугунги куннинг долзарб масалаларидан бирига айланди.

Мамлакатимизда онлайн нашрларнинг сони ва сифати тобора ортиб бормоқда. Қолаверса, ахборот бозорида фаолият юритаётган оммавий ахборот воситаларининг 90 фоизи интернетда ўз саҳифаси ва электрон манзилига эга. Айтиш керакки, уларнинг барчаси интернет тизимида ишлаш кўникмасини тўла-тўқис эгаллашга йўлида астойидил ҳаракат қилмоқда. Ана шу жиҳатларни ҳисобга оладиган бўлсак, онлайн газеталар ва босма нашрларнинг электрон шакллари фаолиятини тадқиқ этиш замонавий журналистиканинг долзарб масалаларидан.

Илмий муаммонинг ўрганилганлик даражаси. Ҳозирга қадар интернет журналистикаси бўйича Ватанимиз ва хорижий тадқиқотчилар

¹ Халқ сўзи. 2010- йил, 8-декабрь, 236-сон.

томонидан кўплаб изланишлар олиб борилди. Жумладан, ўзбек олимлари ва тадқиқотчилари Ф.Мўминов, Н.Қосимова, Д.Рашидова, Ш.Қудратхўжаев, Н.Муратовалар¹ Ўзбекистонда интернет журналистикаси 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.Калмыков²лар асарларидан ҳам айни соҳага доир қимматли маълумотлар ўрин олган. Хорижлик олимлар Ray G.Rosales,³ J.Dube,⁴ N.Paul⁵нинг тадқиқотларининг натижалари баён этилган асарлар интернет журналистика соҳасидаги тенгсиз илмий қўлланмалардир. Юқоридаги тадқиқотларда интернет журналистиканинг асосий жиҳатлари ўрганилган бўлса-да, бевосита Ўзбекистон онлайн газеталар ва босма нашрларнинг электрон шаклларига доир махсус изланишлар ҳали амалга оширилмаган. Шу боис ҳам мазкур тадқиқот қўйилган илмий муаммонинг шу жиҳатларини тадқиқ этишга бағишланган.

Тадқиқотнинг мақсад ва вазифалари. Интернетнинг ижобий-салбий жиҳатларини очиб бериш, интернетдаги онлайн нашрлар ва босма нашрларнинг электрон шакллари фаолиятини ўрганиш, мавжуд муаммо ва

¹ 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. 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. Қудратхўжаев Ш. Интернет: тарихи, тузилиши, техник хавфсизлик. Ўқув-услубий қўлланма. – Т.: «Ўзбекистан», 2011.; Қудратхўжаев Ш. Журналист фаолиятида Интернетдан фойдаланиш. Услубий қўлланма. – Т.: «Ўзбекистан», Қудратхўжаев 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.

² 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.

³ Ray G.Rosales The Elements of Online Journalism. iUniverse, inc. - New York Lincoln Shanghai. 2006. – С.68.

⁴ Jonathan Dube. On-line storytelling forms - www.cyberjournalist.net

⁵ Laura Ruel and Nora Paul. Multimedia storytelling: when is it worth it? - www.ojr.com (12.02.2007); Nora Paul. «New News» retrospective: Is online news reaching its potential? - www.ojr.com (24.03.2005).

камчиликларни аниқлаб, уларни бартараф этиш йўллари излаш, онлайн нашрларнинг услубий жиҳатларини, афзаллик ва камчиликларини ўрганиш масалаларини илмий жиҳатдан тадқиқ этиш ишнинг асосий мақсадидир. Ушбу мақсадни амалга оширишда қуйидаги вазифаларни бажариш кўзда тутилади:

- Ўзбекистонда ахборот макони ва ахборот жамияти қуришда Интернет нашрларининг роли ва ўрнини аниқлаш;
- аввало, жамиятнинг тезкор ахборотга бўлган талабини тадқиқ этиш;
- Ўзбекистонда интернет тармоғидан фойдаланишнинг замонавий талаблари, аудитория эҳтиёжларини ўрганиш;
- онлайн нашрларнинг қиёфаси, шакли, мазмуни, ўзига хос хусусиятларини таҳлил қилиш;
- Онлайн нашрлар контексти моҳиятини тадқиқ этиш;
- босма нашрларнинг электрон шакллари яратилиши зарурати ва бу борада кўндаланг бўлаётган муаммолар кўлами ва ечимлари аниқлаш;
- босма нашрлар фаолиятида электрон шаклларининг ўрни ва уни такомиллаштириш омилларини таҳлил қилиш;
- келажакдаги онлайн журналистикани ривожлантириш истикболлари белгилаб олиш;
- интернет нашрларнинг рақобатбардошлилик омилларини, юқори даражадаги онлайн журналистиканинг ўзига хос хусусиятлари, самарадорлигини кўрсатиб беришданиборат.

Тадқиқот объекти. Илмий изланиш объекти сифатида «kun.uz» нашри ва «Xalq so'zi», «Народное слово» ва бошқа ижтимоий сиёсий газеталарнинг электрон шакллари ўрганилди. Тадқиқот предмети сифатида интернет газеталари ва босма нашрларнинг электрон шаклларини таҳлил қилиш, қиёсий-солиштириш, умумийлаштириш сингари усуллар олинди.

Тадқиқотнинг илмий янгилиги. XX асрнинг бошларига келиб, оммавий ахборот воситалари сони электрон техникага асосланган тури билан

бойишини инсон ақл-тафаккурининг маҳсули дейиш мумкин. Интернет журналистикасида яратилган назарий билимлар, қонуниятлар, журналистикани тадқиқот олиб бориш методлари ва шу нуқтаи-назардан мамлакатимизда интернет журналистикасини ривожлантириш борасида илмий тадқиқотлар қилинган бўлишига қарамай, онлайн нашрлар ва босма нашрларнинг электрон шакллари фаолияти алоҳида тадқиқот объекти сифатида тизимли ўрганилмаган. Ушбу масалани бугунги ўзбек онлайн журналистикасининг намуналари бўлмиш «Kun.uz» онлайн нашри ва «Xalq so'zi» ва бошқа газеталарнинг электрон шакллари қиёсий таҳлилий ўрганиш мазкур магистрлик диссертациясининг илмий янгилигини 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 фоя 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.

АСОСИЙ ҚИСМ

I Боб “Онлайн журналистика ривожланишининг ижтимоий омиллари” деб номланиб, у қуйдаги параграфларни ўз ичига олади:

1.1. “Ўзбекистонда интернет тармоғидан фойдаланишнинг замонавий кўриниши”

1.2. Жамиятнинг тезкор ахборотга бўлган эҳтиёжи

Бу бобда Ўзбекистонда интернет тармоғидан фойдаланишнинг замонавий кўриниши ҳақида тўхталиб ўтилган.

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”¹, деган гапи ҳам фикримизни исботлайди.

Бугунги кунда интернет журналистикаси, хусусан, онлайн нашрлар шаклланиши ва тараққиётига доир назарий қарашлар кўламини кенгайиб бормоёда. Жумладан, илк бор юртимиздаги қатор босма нашрлар веб-сайтларининг икки йиллик фаолияти қонуниятлари, шакли ва усуллари ўрганиб чиқилди. Яна UzNet тармоғида ОАВ сифатида рўйхатдан ўтган ахборот сайтлари ва уларда хизмат қилувчи журналистларнинг маҳорати қирралари таҳлил қилинди. Бундан ташқари, хорижий онлайн нашрлар

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

самарали фойдаланаётган техник ва ижодий лойиҳаларнинг ижобий томонларини миллий онлайн журналистика амалиётига татбиқ этиш, соҳа ривожини таъминлайди.

Мустақиллик йилларида нафақат оммавий ахборот воситалари балки интернет соҳасини такомиллаштиришга алоҳида эътибор қаратилди. Мамлакатимизда амалга оширилаётган кенг куламли ислохотлар жараёнида оммавий ахборот воситалари сони қарийиб уч баробарга ошиб, бугунги кунда уларнинг деярли олтмиш фоизи нодавлат секторда фаолият кўрсатмоқда. Ушбу рақам замирида авваломбор, ҳукуматимизнинг соҳа ривожини учун курсатаётган ғамхурлиги, оммавий ахборот воситалари ходимларининг изланиши, ижодкорлиги, ташаббускорлик ва меҳнати ётибди.

Биргина, босма нашрларнинг рақамлар таҳдилига назар ташлар эканмиз, «1991 йилда жами 435 оммавий ахборот воситаси бўлиб, унинг 343 таси газета, 89 таси журнал бўлган. 2012 йил 25-январиди эса 1379 та оммавий ахборот воситаси бўлган ва шундан 706 таси газета, 255 тасини журналлар ташкил қилган.¹ Бу давлатимизда ахборот ва суз эркинлигини таъминлаш, соҳа конунчилигини янада такомиллаштириш борасидаги устувор вазифалар самарасидир. Ўзбекистон матбот ва ахборот агентлиги маълумотиға кўра, 2014 йилға келиб, рўйхатға олиниб, давлат реестриға киритилган оммавий ахборот воситаларининг умумий сони 1379 тани ташкил этади. Улардан 679 таси газета, 282 таси журнал, 14 таси ахборот-бюллетень, 4таси ахборот агентлиги, 63 таси телевидение, 32 таси радио ва 287 таси веб-сайтлари кўринишидаги ОАВдир².

II Боб. Онлайн газеталар ва босма нашрларнинг электрон нашрларини муштараклиги ва фарқлари

2.1. Онлайн нашрларнинг шакли мазмуни ва ўзига хосликлари

2.2. Босма нашрларнинг электрон шакллариға кўйиладиган талаблар ва уни такомиллаштириш омиллари

¹ «Туркистон», 2012-йил, 25-январь, 11-сон.

² <http://www.api.uz/>

Ҳар қандай электрон нашрнинг биринчи хусусияти унинг контенти ҳисобланади. 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»¹.

Ш Боб эса “Босма нашрларнинг электрон шакллари ва онлайн нашрлар ривожланишининг замонавий кўринишлари” деб номланади

3.1. Онлайн нашрлар контексти ва уларга қўйиладиган талаблар

3.2. Босма нашрларнинг электрон шакллари яратилишининг зарурати ва муаммолари.

Бугунги кунда ёшларнинг 90 фоизи ахборот, маълумот, куйинки, топширикларни бажариш жараёнида интернетга мурожаат қилмоқдалар. Шу маънода глобал маконнинг имкониятлари ва ўзига хосликларини ўрганиш муҳим аҳамиятга эга. Интернетдаги медиани таснифлашда М.М.Лукина интернет тармоғидаги ОАВни қуйидаги уч гуруҳга бўлиб ўрганишни таклиф этади: «клонлар», «гибридлар» ва «оригиналлар».²

Мамлакатимизда интернет тармоғи орқали гиперматн кўринишдаги ижтимоий аҳамиятга эга ахборотларни тарқатиш манбаларини шартли равишда уч гуруҳга ажратиш мумкин. Кипермаконда яратилган ва фақат шу

¹Х.Шеров. 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. –б. 203.

² М.М.Лукина СМИ в домене Ру: Хроника, цифры и типы / М. М. Лукина // Вестник Московского университета. - Сер. 10. Журналистика. - 2001. - № 6. - Б. 63 - 73.

маконда витуал кўринишда мавжуд интернет нашрлари ва анъанавий газеталарнинг электрон шакллари.

Интернетга илк кириб келгани ҳам айнан «клонлар» анъанавий ОАВнинг электрон шакллари ҳисобланади.

«Клонлар» эски типдаги контекстнинг янги кўринишдаги ифодаси бўлиб, тўлақонли интернет ОАВ ҳисоблаш қийин.

Мисол сифатида «Халқ сўзи», «Народное слово», «Хуррият» ва бошқа бир қатор анъанавий нашрларни келтириш мумкин.

Эски ОАВ асосий негизларидан фойдаланса ҳам ахборот потенциали ва кадрлар ресурслари, муваққил фаолияти, мунтазам равишда янгиланиб туриши ҳисобига энг юқори даражали Интернет ОАВ бу «Гибридлар»дир.

Улар ўз аجدодларидан жуда тезкор ва ўзгачалиги билан фарқ қилса уларни эски контентини сақлаб қолган.

Анъанавий ва янгича ОАВ хусусиятларини бирлаштирган ҳолда фаолият юритаётган «Даракчи», ва «Uzbekistan today» газеталари сайтларини мисол қилиш мумкин.

Ниҳоят, «оригинал ОАВ» – бу фақат Интернетда яратилган ва ахборотларни Интернет учун ишлаб чиқариш, сақлаш ва тарқатишда тармоқ хусусиятларидан фойдаланадиган, бошқа аналоглари йўқ бўлган Интернет медиадир. Бу янги турдаги медиа ҳисобланиб, мисол сифатида «Kun.uz», «Daryo.uz», «Gazeta.uz» онлайн нашрларини келтиришимиз мумкин.

КИРИШ

Тадқиқот ишининг долзарблиги бугунги кунда интернет тармоғи бутун дунёни қамраб олган янги кўринишдаги етакчи ОАВ сифатида ривожланмоқда. Буни йилдан-йилга дунёда онлайн кўринишдаги медиа-нашрлар ва анъанавий газета журналларнинг электрон шакллари сони ортиб бораёгани мисолида кўришимиз мумкин.

Шунингдек, интернет тармоғида, телевизион компаниялар ва радиостанциялар, ахборот ва реклама агентликлари ўз саҳифаларини яратиб, фаолиятини кенгайтирмоқда. Интернет жаҳон журналистикаси қиёфасини кескин ўзгартириб юборди.

Дунёда интернетнинг шиддат билан тарқалиши кўплаб мамлакатларда энг обрўли ва машҳур босма нашрларнинг ададлари тушиб кетишига, айрим газеталар ёпилишига сабаб бўлмоқда. Ваҳоланки, радио ва телевидение пайдо бўлиши газеталар фаолиятига чек қўйиши ҳақидаги башоратларнинг нотўғри эканлигини исботлаганди. Бироқ, уларга яъни, электрон ОАВнинг юзага келишига матбуот бардош бера олди. Янги журналистика воситаси бўлмиш Интернетга ҳатто, «Нью-Йорк Таймс», «Вашингтон Пост» сингари жаҳоннинг етакчи нашрлари ҳам бас келолмади.

Маълумки, оммавий ахборот воситалари муайян кўринишларга эга. Уларнинг ташқи кўринишлари ҳам турлича бўлиб, коғозга босилган босма сўз шаклида ёки товушни қабул қилувчи, кўйингки ҳам товушни ҳам тасвирни қабул қилувчи қурилма сифатида ифода топган. Оммавий ахборот воситаларининг барчаси ахборот йиғади ва тарқатади. Шу орқали оммага таъсир кўрсатади. Уларнинг услуб, йўллари турлича бўлса-да, умумий мақсадлар, умумий қонуниятлар асосида иш кўради.

Онлайн нашр бу, аввало айнан медиа-нашр, тубсиз интернет уммонида газетхонлар билан журналистик маҳсулот ижодкорлари ўртасида рақамли тарзда интерактив (онлайн ва оффлайн режимдаги) ахборот алмашинувини таъминлаш мақсадида яратилган ва эркин бошқариладиган оммавий ахборот воситасидир. Шу сабабли, тармоқ технологиялари фойдаланувчиларга зарур

маълумотларни асл манбадан қидириш ва жойлаштириш имкониятини бера олади.

Ўзбекистон Республикасининг 2007 йил 15 январда қабул қилинган «Оммавий ахборот воситалари тўғрисида»ги (янги таҳрири) Қонунининг 4-моддасида «оммавий ахборотни даврий тарқатишнинг доимий номга эга бўлган ҳамда босма тарзда (газеталар, журналлар, ахборотномалар, бюллетенлар, ва бошқалар) ва электрон тарзда (теле-, радио-, видео-, кинохроникал дастурлар, умумфойдаланишдаги телекоммуникация тармоқларидаги веб-сайтлар) олти ойда камида бир марта нашр этиладиган ёки эфирга бериладиган шакли ҳамда оммавий ахборотни даврий тарқатишнинг бошқа шакллари оммавий ахборот воситасидир» дейилган.¹

Демак, газеталар, журналлар, радиоэшиттиришлар, телекўрсатувлар, ахборот агентликлари, интернетнинг ҳам оммавий ахборот воситаси сифатида умумий, ўзига ҳос хусусиятлари бор. Ҳар бир оммавий ахборот воситаси тузилиши, ўрни, аҳамияти, йўналишига қараб ўзига ҳос хусусиятлар ва афзалликларга эга. Ижтимоий ахборот йиғиш ва тарқатишдек улкан вазифани бажарувчи оммавий ахборот воситаларининг жамият ҳаётида нақадар муҳим аҳамиятга эга экани унинг тараққиёти давомида турли хил кўринишлар касб этганлигида ҳам яққол кўринади.

Мамлакатимизда ахборот жамиятини ривожлантириш масаласига эътибор ҳар қачонгидан ҳам ортган. Хусусан, Президент Ислам Каримов бу ҳақда «Замонавий ахборот ва компьютар технологиялари, рақамли ва кенг форматли телекоммуникациялар, интернетни нафақат мактаб, лицей, коллеж ва олий ўқув юртларида, балки ҳар бир оилада жорий қилиш ҳаракатлари бугунги кунда тобора кучайиб бормоқда. Айнан замонавий алоқа ва ахборот технологиялари тизимини кенг кўламда ривожлантириш мамлакатимиз ва жамиятимизнинг тараққиёт даражасини кўрсатадиган мезонлардан бири

¹. Оммавий ахборот воситалари тўғрисида (янги таҳрири) Ўзбекистон Республикаси қонуни 2007 йил 15 январь.

бўлиб хизмат қилади» дея таъкидлаб ўтган.¹ Зеро, мамлакатимизда бу жараёнга алоҳида эътибор берилаётганлиги, соҳани такомиллаштириш мақсадида қонунлар, қарор ва бошқа меъёрий ҳужжатлар қабул қилиниб, ҳаётга тадбиқ этилаётгани қувонарлидир. Бугун мамлакатимиз аҳолисининг кўпчилиги интернетдан фойдаланиш имконига эга. Энг муҳими сўнгги йилларда интернетни ривожлантириш борасида амалага оширилаётган саъй-ҳаракатлар самараси ўлароқ Интернет журналистикаси номли фан юзага келди.

Интернет тизимида ва у орқали ахборот тақдим этаётган ОАВда мультимедиа, интерактивлик ва тезкорлик биринчи даражага кўтарилади, шунингдек, мазкур веб-саҳифаларнинг мазмуни, ўзига хос дизайни, ундаги фаолият юритаётган журналистларнинг ҳали ёзилмаган қонун-қоидалари мавжулигини кўрсатиб, айнан Интернет нашрлари ўқувчиларини ўзига жалб этишда муҳим аҳамият касб этади.

Мамлакатимизда интернет тармоғини ривожлантириш унинг мустақкам ҳуқуқий базасини шакллантириш, электрон нашрлар фаолиятини янада изчил йўлга қўйиш ва самарадорлигини ошириш бугунги куннинг долзарб масалаларидан бирига айланди.

Мамлакатимизда онлайн нашрларнинг сони ва сифати тобора ортиб бормоқда. Қолаверса, ахборот бозорида фаолият юритаётган оммавий ахборот воситаларининг 90 фоизи интернетда ўз саҳифаси ва электрон манзилига эга. Айтиш керакки, уларнинг барчаси интернет тизимида ишлаш кўникмасини тўла-тўқис эгаллашга йўлида астойидил ҳаракат қилмоқда. Ана шу жиҳатларни ҳисобга оладиган бўлсак, онлайн газеталар ва босма нашрларнинг электрон шакллари фаолиятини тадқиқ этиш замонавий журналистиканинг долзарб масалаларидан.

Илмий муаммонинг ўрганилганлик даражаси. Ҳозирга қадар интернет журналистикаси бўйича Ватанимиз ва хорижий тадқиқотчилар томонидан кўплаб изланишлар олиб борилди. Жумладан, ўзбек олимлари ва

¹ Халқ сўзи. 2010- йил, 8-декабрь, 236-сон.

тадқиқотчилари Ф.Мўминов, Н.Қосимова, Д.Рашидова, Ш.Қудратхўжаев, Н.Муратовалар¹ Ўзбекистонда интернет журналистикаси 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.Калмыков²лар асарларидан ҳам айни соҳага доир қимматли маълумотлар ўрин олган. Хорижлик олимлар Ray G.Rosales,³ J.Dube,⁴ N.Paul⁵нинг тадқиқотларининг натижалари баён этилган асарлар интернет журналистика соҳасидаги тенгсиз илмий қўлланмалардир. Юқоридаги тадқиқотларда интернет журналистиканинг асосий жиҳатлари ўрганилган бўлса-да, бевосита Ўзбекистон онлайн газеталар ва босма нашрларнинг электрон шаклларига доир махсус изланишлар ҳали амалга оширилмаган. Шу боис ҳам мазкур тадқиқот қўйилган илмий муаммонинг шу жиҳатларини тадқиқ этишга бағишланган.

Тадқиқотнинг мақсад ва вазифалари. Интернетнинг ижобий-салбий жиҳатларини очиб бериш, интернетдаги онлайн нашрлар ва босма нашрларнинг электрон шакллари фаолиятини ўрганиш, мавжуд муаммо ва камчиликларни аниқлаб, уларни бартараф этиш йўллари излаш, онлайн

¹ 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. 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. Қудратходжаев Ш. Интернет: тарихи, тузилиши, техник хавфсизлик. Ўқув-услубий қўлланма. – Т.: «Ўзбекистан», 2011.; Қудратходжаев Ш. Журналист фаолиятида Интернетдан фойдаланиш. Услубий қўлланма. – Т.: «Ўзбекистан», Қудратходжаев 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.

² 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.

³ Ray G.Rosales The Elements of Online Journalism. iUniverse, inc. - New York Lincoln Shanghai. 2006. – С.68.

⁴ Jonathan Dube. On-line storytelling forms - www.cyberjournalist.net

⁵ Laura Ruel and Nora Paul. Multimedia storytelling: when is it worth it? - www.ojr.com (12.02.2007); Nora Paul. «New News» retrospective: Is online news reaching its potential? - www.ojr.com (24.03.2005).

нашрларнинг услубий жиҳатларини, афзаллик ва камчиликларини ўрганиш масалаларини илмий жиҳатдан тадқиқ этиш ишнинг асосий мақсадидир. Ушбу мақсадни амалга оширишда қуйидаги вазифаларни бажариш кўзда тутилади:

- Ўзбекистонда ахборот макони ва ахборот жамияти қуришда Интернет нашрларининг роли ва ўрнини аниқлаш;
- аввало, жамиятнинг тезкор ахборотга бўлган талабини тадқиқ этиш;
- Ўзбекистонда интернет тармоғидан фойдаланишнинг замонавий талаблари, аудитория эҳтиёжларини ўрганиш;
- онлайн нашрларнинг қиёфаси, шакли, мазмуни, ўзига хос хусусиятларини таҳлил қилиш;
- Онлайн нашрлар контексти моҳиятини тадқиқ этиш;
- босма нашрларнинг электрон шакллари яратилиши зарурати ва бу борада кўндаланг бўлаётган муаммолар кўлами ва ечимлари аниқлаш;
- босма нашрлар фаолиятида электрон шаклларининг ўрни ва уни такомиллаштириш омилларини таҳлил қилиш;
- келажакдаги онлайн журналистикани ривожлантириш истиқболлари белгилаб олиш;
- интернет нашрларнинг рақобатбардошлилик омилларини, юқори даражадаги онлайн журналистиканинг ўзига хос хусусиятлари, самарадорлигини кўрсатиб беришданиборат.

Тадқиқот объекти. Илмий изланиш объекти сифатида «kun.uz» нашри ва «Xalq so'zi», «Народное слово» ва бошқа ижтимоий сиёсий газеталарнинг электрон шакллари ўрганилди. Тадқиқот предмети сифатида интернет газеталари ва босма нашрларнинг электрон шаклларини таҳлил қилиш, қиёсий-солиштириш, умумийлаштириш сингари усуллар олинди.

Тадқиқотнинг илмий янгилиги. XX асрнинг бошларига келиб, оммавий ахборот воситалари сони электрон техникага асосланган тури билан бойишини инсон ақл-тафаккурининг маҳсули дейиш мумкин. Интернет

журналистикасида яратилган назарий билимлар, қонуниятлар, журналистикани тадқиқот олиб бориш методлари ва шу нуқтаи-назардан мамлакатимизда интернет журналистикасини ривожлантириш борасида илмий тадқиқотлар қилинган бўлишига қарамай, онлайн нашрлар ва босма нашрларнинг электрон шакллари фаолияти алоҳида тадқиқот объекти сифатида тизимли ўрганилмаган. Ушбу масалани бугунги ўзбек онлайн журналистикасининг намуналари бўлмиш «Kun.uz» онлайн нашри ва «Xalq so'zi» ва бошқа газеталарнинг электрон шакллари қиёсий таҳлилий ўрганиш мазкур магистрлик диссертациясининг илмий янгилигини 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 онлайн нашрлар фаолияти самарадорлигини оширишда хизмат қилиши мумкин. Яна тадқиқот натижалари интернет журналистикасига доир турли илмий, ўқув ва ўқув услубий адабиётлар яратишда қўл келиши мумкин.

Тадқиқот иши юзасидан муаллиф томонидан чоп этилган мақолалар.

Тадқиқотнинг асосий ҳолатлари муаллифнинг “Интернет журналистика ахборот оламидаги ўрни” номли 2014 йилда чоп этилган илмий мақоласида ўз ифодасини топган.

Иш тузилиши ва таркиби. Диссертация иши кириш, 6 та параграфдан таркиб топган 3 боб, хулоса, фойдаланилган адабиётлар рўйхати ва иловадан иборат. Диссертация ҳажми 82 бетдан иборат.

I БОБ.ОНЛАЙН ЖУРНАЛИСТИКА РИВОЖЛАНИШИНИНГ ИЖТИМОЙ ОМИЛЛАРИ.

1. Ўзбекистонда интернет тармоғидан фойдаланишнинг замонавий кўриниши

Интернет тармоғи тарихида энг биринчи сайтни 1991 йил 6 август куни Швейцария Ядро тадқиқотлар Европа марказида ишловчи британиялик физик Тим Бернерс-Ли эълон қилган. Сайтлар сони статистикасини олиб

борувчи бир неча ташкилотлар мавжуд. Масалан, Netcraft маълумотларига кўра, 2012 йил май ойидаги ҳолатида дунё бўйича сайтлар сони 700 миллионни ташкил қилган бўлса, 2013 йил май ойида миллиардга ва 2015 йилда икки миллиардга етиши башорат қилинган.¹ Бошқа манбадаги маълумотга кўра, 2014 йил 5 феврал ҳолатига интернет 1,7 миллиард саҳифадан иборат бўлган.² “Dubay Chronicle” даги маълумотларга кўра, интернетдаги веб-сайтлар сони 2013 йилда 760 миллионга етган ва улардан фақат 510 миллиони фаол бўлган. Бир миллион энг оммабоп веб-сайтларнинг 43 фоизи АҚШда жойлашган. Фаол веб-саҳифалар сони 14,3 триллионга тенг.³

Домен бу - IP-манзил сизнинг сайтингиз жойлашган сервер компьютерининг IP-манзили ҳисобланади.⁴

Иккинчи даражали UZ миллий домени 1995 йилнинг 29 апрелида ташкил этилган. 2014 йилнинг 30 май ҳолатига кўра, UZ ҳудудининг ўзидаёқ иккинчи даражали фаол доменлар сони 17980 дан зиёдни ташкил этади. 2006 йилда бу кўрсаткич 3621 тани ташкил қилган. Қуйидаги жадвалда доменлар сонини ўсиш кўрсаткичлари бўйича кўриб чиқиш мумкин.



Бундан ташқари, UZ доменига кирувчи бир неча мингта учинчи даражали доменлар ҳам мавжуд. Ўтган 19 йил давомида “UzNet”да ОАВ сифати фаолият юритиб, жамиятни ижтимоий ахборотлар билан

¹<http://www.toni.org/2012/05/03/1-billion-web-sites-in-2013/>

²<http://www.worldwidewebsize.com/>

³<http://www.dubaichronic.com/>

⁴www.uz.wikipedia.org/wiki/Doмен/

таъминлашда кўплаб онлайн нашрлар ва босма газеларнинг электрон катнашиб келмоқда.

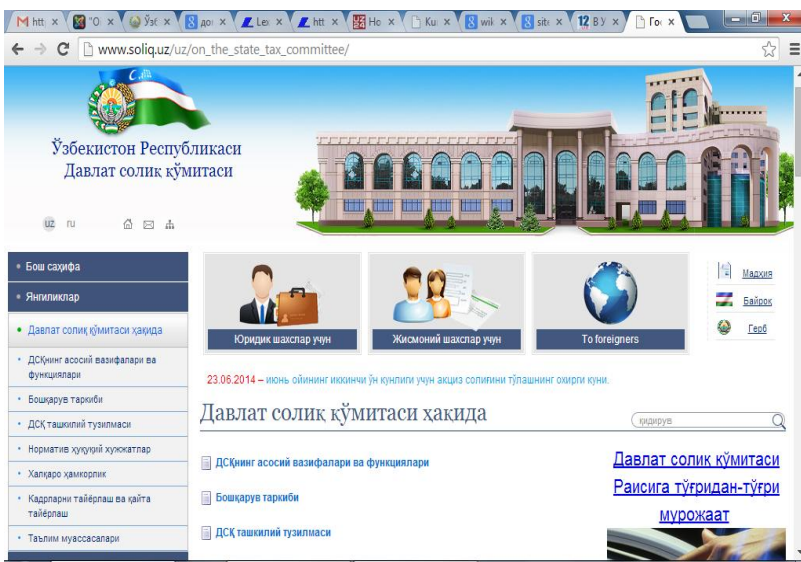
12uz.com онлайн нашри 2013 йил декабрь ойида Алоқа, ахборотлаштириш ва телекоммуникация технологиялари давлат кўмитасига асосланиб тарқатган хабарига кўра, Ўзбекистонда интернет фойдаланувчилар сони 2012 йилга нисбатан 11,54 фоизга усганлиги ва (мобил интернет билан кўшиб ҳисоблаганда) 9,815 миллионга етганлиги қайд этилади.¹

Республикада мобиль алоқа хизматидан фойдаланувчилар сони 19 миллион нафарни ташкил этиб, ҳар бир оилага ўртача 3 та уяли телефон тўғри келмоқда. Шунингдек, мамлакатимизда интернет абонентлари сони ўтган йилга нисбатан 18,3 фоизга ўсиб, ҳозирги пайтда 7 миллион 100 минг нафарни ташкил этмоқда.²

Қуйидаги жадвалда интернетдан фойдаланувчилар сонини ўсиш кўрсаткичлари бўйича кўриш мумкин.



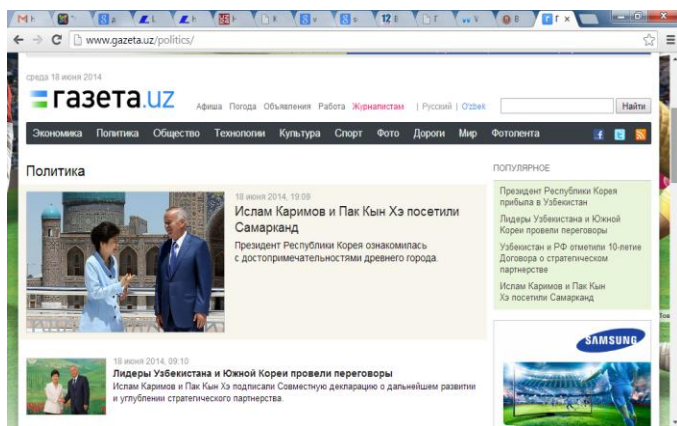
2014 йил май ойига кўра, www.uz сайтида UzNet даги барча йўналишлар бўйича ташрифлар сонига кўра сайтлар топ-рейтингини кўриб чиқадимиз.



Давлат бошқарув органлари йўналишида энг кўп ташриф буюриладиган

сайт давлат солиқ кўмисанинг сайти ҳисобланади. Сайтга бир кунда 5502 та фойдаланувчи ташриф буюрган. 24 соат кўрилган саҳифалар сони 184478 тани ташкил қилади. 2 ўринда (<http://uzasbo.mdm.uz/>) Зўрида (gov.uz), 3 ўринда <https://my.gov.uz/>, 4 ўринда www.meteo.uz/.

Янгиликлар ва ОАВ йиғнарилиши бўйича топ сайтлар рейтингини Ўзбекистондаги дастлабки тўлақонли онлайн нашр gazeta.uz бошқариб



турибди. 2008 йилдан бери фаолият юритиб келаётган интернет нашри ўзбек ва рус тилидаги ахборотларни бошқа онлайн нашрларга нисбатан расмийроқ кўринишда тарқатади. “Gazeta.uz” 2009 ва 2012 йилларда миллий UZ домени

интернет-фестивалида “Энг яхши ОАВ сайти” йўналишида биричи ўринни кўлга киритган.

Янгиликлар ва ОАВ йўналишида кейинги поғоналарни “afisha.uz”, “daryo.uz”, “kun.uz” ва “podrobno.uz” интернет нашри эгаллаб турибди. Қуйидаги суратда бошқа йўлашлардаги топ-рейтингли интернет нашрларни кўриб чиқиш мумкин.

Йўналишлар буйича **Топ-рейтинг** [Хисоблагичнинг HTML кодини олиш](#) | [Ресурс кўшиш](#)

Давлат бошқарув органлари

	Хостлар	Хитлар
ЎзР Давлат Солиқ Қўмитаси	5502	184478
Министерство финансов. Бухгалтерский учет в бюджетных организациях	3645	50753
Ўзбекистон Республикаси Давлат Хокимияти Портали - gov.uz	3109	10926
Министерство Здравоохранения Республики Узбекистан	3064	18252
Гидрометеорология хизмати маркази	1970	5542

Янгиликлар ва ОАВ

	Хостлар	Хитлар
Газета.uz - Новости Узбекистана	9471	43201
Aflsha.uz - Тошкент афишаси	8022	73688
Dayo — Ўзбек тилидаги янгиликлар	6918	75254
Kul.Uz - Ўзбекистон ва жаҳон янгиликлари	6136	45392
Новости Узбекистана - rodrbno.uz	5402	19459

Илм

	Хостлар	Хитлар
ZiyoNET - Информационная образовательная сеть	4549	36667
Arxiv.uz - Рефератлар жамланмаси	3906	25686
Fikr.uz - Мнения, Люди и Общество	2286	6915
Библиотека электронных книг	1229	10955
Халқаро тарихи, давлатлар ва халқлар тарихи	1011	1423

Спорт

	Хостлар	Хитлар
UFF.UZ - Фанаты футбола Узбекистана	21398	695004
Stadion.UZ - Футбол янгиликлари	9113	128176
championat.uz - Ўзбекистондаги биринчи футбол портали	9023	159241
"Real Madrid" мухлислари сайти	5453	27312
ZiyoNET - Информационная образовательная сеть	4549	36667

Таълим

	Хостлар	Хитлар
ZiyoNET - Информационная образовательная сеть	4549	36667
ZiyoUz - Маданий-маърифий портали	4033	17916
Arxiv.uz - Рефератлар жамланмаси	3906	25686
Ўзбекча-Русча ва Русча-Ўзбекча Онлайн Лугат-Таржимон	3577	6575
Fikr.uz - Мнения, Люди и Общество	2286	6915

Hi-Tech

	Хостлар	Хитлар
Фильмы в 3gp и mp4 форматах, новые песни, новости из Шоу-биз	7424	81175
Ўзбекча-Русча онлайн лугат	4221	11851
WWW.UZ - Миллий ахборот-қидирув тизими	4138	20949
Интернет сервис провайдер TPS	4121	11989
Dig.uz - Бесплатный файловый хостинг в TAS-IX	3759	13343



Ўзбекча Википедия — Википедия очик энциклопедиясининг ўзбек тилидаги версияси. Ўзбекча Википедия 2003 йил декабрда ўз фаолиятини бошлаган.



Ўзбек тилидаги Википедияда мақолалар лотин ёзувида ёзилади.

Ўзбек тилидаги википедияда очилгани 8 йил бўлишига қарамай 2014 йил 30 май ҳолатига кўра, мақолалар 127606 тани,

фойдаланувчилар сони эса 16601 тани ташкил этади. Бу борада хорижий мамлакатларнинг кўрсаткичлари сезиларли даражада юқорилигини кузатишимиз мумкин. Масалан, 2012 йил маълумотларига кўра, Қозоғистон википедиясидаги қозоқ тилидаги мақолалар сони 200 мингдан кўпроқ бўлган.

Қозоқ онлайн-энциклопедияси фойдаланувчилари сони эса 10 миллионга етган.¹

UzNet худудида контентни шакллантириш муаммолари бири ўзбек тилида ресурсларнинг камлигидир. 1990 йилларда интернетнинг Ўзбекистондаги илк аудиторияси ҳамда ахборот технологиялар бўйича мутахассислар, асосан, шаҳарлик русийзабон ва рус тилини яхши билувчилар бўлган. Шу сабабли UzNetнинг аксарият қисми рус тилида шаклланди. 2010 йилдан ўзбек тилидаги ресурслар ривожланишни бошлади. Қуйидаги жадвалда www



ИЖТИМОЙ МЕДИА



миллий қидирув тизимидаги 11977 та сайтни тиллар бўйича фоиз кўрсаткичида лотин ва кирилл алифбосидаги жами сайтлар миқдори 39 фоизни ташкил қилишини кўришимиз мумкин. Ўзбек тилидаги ахборотларга катта эҳтиёж сезилаётган бир пайтда UzNet

даги сайтларнинг ярми ҳам ўзбекча эмаслиги бугунги куннинг асосий муаммоларидандир.

¹ <http://primeminister.kz/news/show/26/rejting-kazahskogo-ja-zyka-v-vikipedii-podnjalsja-s-127-pozitsii-na-25-mesto/19-12-2012>

Бугунги кунда интернетдаги ОАВни истиқболнинг давлат гранти ёки реклама орқали ҳал бўладиган молиявий томонлари билан биргаликда, UzNet ривожда техник масалаларнинг роли ҳам катта ҳисобланади. Шунинг ёзувнинг кирилдан лотинга алмашганлиги, алмашганда ҳам 18 йил давом этиб келаётган жараён ҳали ҳам тўлиқонли равишда ҳал қилинмагани кўришимиз мумкин.

Барча кутубхоналар ва музейларнинг онлайн каталоги, луғатлар, энциклопедиялар ва барча ОАВ архивининг электрон версиялари яратилса Интернет ОАВ таҳририятлари малакали, 2-3 тилни билладиган кадрларни доим излайди.

2. Жамиятнинг тезкор ахборотга бўлган эҳтиёжи.

XXI асрга ахборот асри деб тариф берилмоқда. Бу бежиз эмас. Ушбу аср ҳаётимиздаги ҳар бир соҳага ангиланишларни олиб кирди. Бу жараён инсон фаолиятида янги коммуникацион технологиялар кенг қўлланилаётганида яққол кўзга ташланади. Замонавий ахборот технологиялари жамият ахборотлаштирилиши жараёнининг ҳаракатлантирувчи кучидир.

Янги ахборот технологиялари, электрон ва мультимедиа воситалари, рақамли ва сунъий йўлдош алоқа каналлари ҳамда интернет инсон имкониятлари, унинг тафаккури, билим ва ижодий бунёдкорлиги самарасидир. Мутахассислар ахборот технологиясининг асосий белгиси сифатида маълумотни қайта ишлаш жараёнининг муайян босқичларга бўлинишини эътироф этадилар. Бу эса, ўз навбатида, ушбу жараённинг батамом тартибга солиниши ва уни автоматлаштирилган ҳолда ўтказилиши учун янги имконият яратиб берди.¹

Демак, ахборот технологиялари бу – коммуникатив фаолиятни амалга ошириш ҳамда маълумотни қайта ишлаш, ахборот олиш ва тарқатишда фойдаланиладиган барча электрон, рақамли ва техник воситаларидир. Ўз фаолиятида айниқса, журналистлар кўп фойдаланадиган компьютер ва интернет ахборот технологияларининг одатий ва кенг тарқалган туридир. Шунини алоҳида таъкидлаш керакки, компьютер ва интернетнинг ихтиро қилиниши оммавий ахборот воситалари фаолиятида кескин бурилиш ясади. Жамиятни ахборот билан таъминлаш, аҳолига керакли маълумотларни ўз вақтида, тезкорлик билан етказиш кўрсаткичлари бир неча баробарга ошди.

Маълумотни излаш, чоп этиш, сақлаш, кўчириш, жўнатиш ва қабул қилиш осонгина ечим топди. Матн, товуш, видео, фото, графика, мусиқа ва бошқа шаклдаги маълумотларни интерфаол равишда алмашиш йўлга қўйилди ва бу журналистлар фаолиятидкенг татбиқ этилмоқда.

¹ Д. Рашидова, Н. Муратова Интернет журналистикаси, Тошкент - 2007-йил, 8-бет.

Бутунжаҳон ўргимчак тўри бўлмиш интернет – телевидение, радио, матбуот нашрлари каби ахборот манбаларидан фарқли ўлароқ, ҳар қандай маълумотни ўз истеъмолчиларига истаган шакл ва кўринишда, турли ҳажмда кўлга кирита олиш имконини берди. Ахборот коммуникацион технологиялар жамиятнинг ижтимоий-иқтисодий, сиёсий ва маданий ҳаётнинг барча соҳаларида ахборотдан фойдаланиш самарасини оширишда, фуқаролар, ташкилотлар ва давлатнинг ахборотга бўлган эҳтиёжларини қондиришга хизмат қилмоқда.

Интернет ўзининг хусусият афзалликлари билан жамият ҳаётига шу қадар тез кириб келдики, қисқа фурсатда сафдошларидан ўзиб кетишга ҳам улгурди. Маълумки узок йиллардан буён, республикамиз матбуоти газетчилик, журналчиликнинг кенг тармоғига эга, ўзбек радиоси ва телевидениеси мустақиллик йилларида янада такомиллаштирилиб, тобора тараққий топа бошлади. Улар қаторига интернет қўшилиши билан оммавий ахборот воситалари кўпгина қулайликларга эга бўлди.

Оммавий ахборот воситаларининг ўзига хос туридир. Унда ижтимоий информациянинг маданий-маънавий, спорт ва бошқа турлари ўрин олади. Фойдаланувчи ўзига керакли информацияларни излаш ва осонгина топиш мумкин. Бу интернетда ахборотнинг ниҳоятда кўплигидан далолат беради. Қолаверса, интернетда ахборот электрон тармоқ орқали тезлик билан тарқала олиши жиҳатидан ниҳоятда тезкордир.

XXI аср мўъжизаси мисли кўрилмаган имконият ва қулайликларни бердики, бугун биз бутун дунё билан бевосита боғланишимиз, ён-атрофда, узок-яқинда юз бераётган воқеа-ҳодисалардан, илм-фан, адабий-санъат, спорт ва бошқа соҳалардаги янгиликлардан хабардор бўла оламиз. Шундай қилиб, интернет – оммавий ахборот воситаларининг алоҳида, электрон техникага асосланган бир тури сифатида, у турли мавзулардаги информацияларни йиғади ва уларни компьютерлар тармоғи орқали тарқатади. Интернет оммавий ахборот воситаси сифатида қатор жиҳатлари билан бошқа турлардан ажралиб туради.

Энг аввало, тармоқнинг глобал миқёсга эга экани билан газета, журнал, радио, телевидениедан фарқ қилади. Интернетдаги ахборотни дунёнинг исталган бурчагидан туриб кузатиш мумкин. Бунинг учун белгиланган соатни кутиш, маълум бир жойда бўлиш шарт эмас. Қўл телефонлари орқали ҳам интернетга уланиш мумкинлиги вақт, жой каби масалалар билан боғлиқ муаммоларни ҳал қилади. Маълумотларни узатишдаги тезкорликни ҳам эътибордан четда қолдирмаслик зарур. Негаки, радио ва телевидение, ўз дастурларини белгиланган соатларда, газета, журналлар эса кунлик, ҳафталик, ойлик экани билан ахборотни узатишда интернетдан кечикади. Интернет воқеа-ҳодисаларни санокли дақиқаларда ўзида акс этира олади. Бунда журналист маҳорати муҳим саналади албатта. Бундан ташқари иш жараёнининг марказлаштирилгани, ҳамма учун очиклигини ҳам айтиб ўтиш керакки, бу жиҳатлар иш самарадорлигини таъминловчи муҳим омиллардан биридир. Унинг иқтисодий жиҳатдан қулайлиги эса интернетдан фойдаланувчилар сонининг йилдан-йила ортиб боришига сабаб бўлмоқда.

Интернет оммавий ахборот воситалари сингари ижтимоий ҳаётни акс эттиради, уни билади, тадқиқ қилади ва унга қайтадан таъсир кўрсатади. Бинобарин, интернет ҳам анъанавий ва янги омиллар асосида иш кўради. Ҳаётни тасвирлаш орқали хабар етказиб берувчи интернет газета, журнал, радио, телевидениедан серкўламлилиги, серқамровлиги, тезкорлиги билан ажралиб туради. Интернет учун матбуотнинг бош тамойиллари муҳим аҳамият касб этади.

Интернет фаолияти учун зарур бўлган энг муҳим принциплардан бири тезкорликдир. Айнан ана шу принципи билан ҳам бошқа ОАВдан кескин фарқ қилади. Шу билан бирга имкон қадар ҳаққонийлик тамойилига ҳам амал қилади. Бутун дунёга содир бўлган воқеалар, инсоният ҳаёти ҳақида янгиликлар ва бошқа маълумотларни фақат ҳаққоний, текширилган, тўғри маълумотлар етказиши шарт. Акс ҳолда у ўз функциясини бажара олмай

инқирозга учрайди. Интернет шу тамойилларга тўла амал қилганидагина у оммавий бўлади, кўпчилликка манзур бўлади.¹

Шуни ҳам айтиш жоизки, интернет жуда катта кўламда ахборот етказиб берар экан, бунда у умуминсонийлик принципига амал қилмоғи зарур. Шунда интернет – оммавий ахборот воситаси сифатида хабарни холис, партиявийлик, синфийлик, маълум ғоявий қарашлардан холи бўлиб етказди ва иш юрита олади. Бироқ, интернетда айрим бир ёқлама, олди-қочди, унча тўғри бўлмаган хабарлар, беҳаё суратлар ва матнлар ҳам берилиши журналистиканинг қоидаларига зиддир. Бу эса интернетнинг аҳолига зарур хабарларни етказиб беришдек масъулиятли функциясини бажаришда монелик қилиш шубҳасиз. Интернет оммавий ахборот воситаси экан, демак, унда жамоатчилик фикри муҳимдир. У жамоатчилик фикрини ўрганади, керак бўлса, шунга асосан иш кўради, шу орқали хато ва камчиликларини тузатиб боради. Интернет ўз фаолиятида барча жанрлардан кенг фойдаланади. Унда хабар, ҳисобот, суҳбат, интервью, мақола, репортаж кабилар доимий учрайди. Лавҳа, эссе, очерк, фельетон, бадий публицистика жанрлари ҳам сўнги йилларда бошқа жанрлар каби мустақкам ўрин эгалламоқда.

Ўтган асрнинг 60-йилларида кашф этилган ушбу қурилма, шунингдек, ундан кейин пайдо бўлган интернет айна пайтда дунё ахборот базасининг 90 фоизини ўзида жамлаган.

Аслида, интернет ҳақида ёзиш, уни тушуниш ва тушунтириш учун каттагина китоб ҳам камлик қилади. Негаки, унинг ташқи чегараси йўқ, ички хусусиятлари ўзига хос ва жуда кўп. Шундан бўлса керак, интернетнинг оммалашшига тўрт йилгини кифоя қилди. Ваҳоланки, радио 38, телевидение 13 йил, кабел ТВ 10 йил давомида ўз мавқеига эга бўлган эди. Интернетнинг яратилиш тарихи якин ўтмишга бориб тақалади.

Интернетнинг яратилиш тарихи собик Совет Иттифоқининг коинотга илк инсонни юборгани билан боғлиқ. Ўтган асрнинг 60- йилларида икки

¹ М. Худойқулов, Журналистика ва публицистика, Тошкент - 2010-йил,135-бет.

қудратли давлатлар - Америка ва собиқ Совет Иттифоқи ўртасида илм ва ҳарбий соҳада ўзаро рақобатлашиш жараёни айна кучайган эди. Шу даврда ким устун эканини исботлаш мақсадида бу икки давлат ҳукуматлари ва олимлари атом бомбаси, коинотни забт этиш каби изланишлар устида жадал иш олиб боришган. Собиқ Совет Иттифоқининг коинотни ўрганиш буйича амалга оширган биринчи муваффақиятли тажрибаси америкаликларни саросимага солиб, мудофа ва атом бомбаси ҳужуми эҳтимолидан янги ҳимоя воситаларини ихтиро қилиш ва кучайтириш борасида ўйлантириб қўяди.¹

Кенг фойдаланишга қулай бўлган дастлабки компьютерлар 70-йилларнинг ўрталарида пайдо бўлди. Америка Қўшма Штатларининг Мудофа вазирлиги янги ихтирога юкори баҳо берди ва ҳаражатларни ўз бўйнига олиб, олимлардан компьютерлар тузимини ташкил қилишни сўради. 1969 йилда биринчи тизим (ARPAnet) фойдаланишга топширилди. Арпанет тўртта илмий марказ: Лос-Анжелесдаги Калифорния штати университети, Стэнфорд илмий-тадқиқот институти, Санта-Барбарадаги Калифорния штати университети ва Юта штати университетларини бирлаштирган ягона тизим бўлди. 1971- йилга келиб, бу тизимга яна 26 та университет уланди. Янги тизим кейинча «Ардонет» деб номланди, шу билан бир каторда эски Арпонет номи ҳам муомалада қолди. Тизим тез ривожланди. Унинг асосий абонентлари олий ўқув юртлари ва ҳарбий ташкилотлар эди. Техник жиҳатдан барча аъзолар бир «тил»дан фойдаланишлари керак эди.²

Интернет сайтларига назар ташлар эканмиз, wikipedia сайтидаги ушбу маълумотга гувоҳ бўлдик.

1957-йилда собиқ Совет Иттифоқи ернинг сунъий йўлдошини фазога чиқарганидан сўнг АҚШ Мудофа вазирлиги хавотирга тушди. Негаки, мамлакат ахборотни сақлаш борасида ишончли тизимга эга бўлиши зарурати юзага келган эди. АҚШнинг илғор тадқиқот лойиҳалари агентлиги – DARPA бунинг учун компьютерлараро тармоқ яратишни таклиф этади. Ушбу тармоқ

¹ Ш. Т. Қудратхўжаев «Интернет: тарихи, тузилиши, техник хавфсизлик», Т. - «Ўзбекистон», 2011-йил, 6-бет.

² «Ўзбекистон матбуоти», 2002-йил, 5-сон, 38-бет.

устида ишлаш мамлакатдаги тўртта энг йирик университетга топширилиб - булар Лос-Анжелесдаги Калифорния университети, Стендфорд тадқиқот маркази, Юта штати университети ва Калифорния штатининг Санта-Барбара шаҳридаги университети эди. Янги компьютерлар тармоғи ARPANET деб номланди.¹

Фикрлар турли манбааларда турлича бўлгани билан, уларнинг асосида АКШнинг Мудофа вазирлиги томонидан компьютерлар тизими «ARPAnet» ташкил қилингани тўғрисидаги далиллар ётади. Унинг яратилиши ҳақидаги аниқ ва тўлиқ маълумотларни «Интернет: тарихи, тузилиши, техник хавфсизлик» номли укув-услугий қўлланмада кўриш мумкин. Унда интернетнинг асосчиларидан тортиб, унинг яратилишига сабаб бўлган омиллар, интернетга уланиш технологияси, тармоқ фаолияти ҳақидаги қимматли маълумотлар мужассам.

Биринчи атом бомбасининг ядровий синовлари, сунъий йулдошнинг учурилиши билан 1958- йилда АКШ президенти Д. Эйзенхауернинг топшириғига биноан юкорида таъкидланганидек, АКШ Мудофа вазирлиги қошида иккита ҳукумат идораси тузилади: NASA (National Aeronautics and Space Administration - Миллий Аерофазовий маъмурият) ва ARPA (Advanced Research Projects Agency - Илғор тадқиқот лойиҳалари Агентлиги). 1962- йилга келиб, RAND Corporation ташкилоти ходими Pol Bern (Paul Baran) «On distributed communication Networks» маърузасида компьютер тизимлари тармоқларининг номарказлаштирилган ва кенг тарқалган асосда ишлаш жараёнини янгилик сифатида жорий этишни таклиф қилди. Ушбу ғояни амалга ошириш учун олимлар компьютерларни махсус дастур ва қурилмалар билан таъминлаш устида иш олиб бора бошлади. Бунинг устида америкалик олимлардан Leonard Kleinrock изланиш олиб борган. У ARPANET тармоғи 1969-йилда ишга туширилгунига қадар Massachusetts Technologiya институтининг талабаси бўлган даврда (1961-йилда) ўз илмий мақоласида маълумотларни файлларга бўлиб, алоҳида қисмларга ажратган ҳолда тармоқ

¹ www.wikipedia.org

орқали юбориш имкониятини назарий асослаб берган ва 1969- йилда унинг бошчилигида 4,5 метр кабел орқали икки хонадаги ҳисоблаш мажмуалари ўзаро бирлаштирилиб, дастлабки компьютер тармоғи воситасида алоқа ўрнатилган. Энди навбат компьютерлар ўртасида ўзаро маълумот алмашилиш жараёнини йулга қўйишга келганди. Бугунги кунгача Интернет фаолиятининг асоси бўлмиш TCP/IP умумий протоколи бу борада ҳар хил бошқа турдаги компьютер тизимларини бир яхлит тармоққа бирлаштира олди. TCP/IP маълумотлар узатиш протоколининг ихтирочилари Robert Kan ва Vinton Grey Syorflар бўлиб, улар Leonard Kleynrok бошчилигида Интернетнинг ибтидоий намунаси – ARPANET тармоғи устида ишлаган. Шу сабабли бу уч олимни тарихчилар интернетнинг оталари деб атайдилар. ARPANETнинг биринчи сервер-компьютери 1969-йилнинг 1-сентябрида Лос-Анжелесдаги Калифорния университетида ўрнатилган. Мазкур «Honeywell 516» (инглиз тилида асал қудуғи маъносини билдиради) компьютери 12 КВ оператив хотирага эга бўлган.

Даставвал, интернет тармоғи ҳарбий мақсадларни кўзлаб яратилган бўлса-да, унинг фаолияти кейинчалик фан ва таълим соҳасида ахборот алмашиш, ўзаро алоқага эга бўлиш учун ишончли ва мукамал ишлайдиган тизим сифатида қўлланила бошлади. 1971-йилда электрон почта жўнатмаларини амалга ошириш учун мўлжалланган биринчи дастур яратилди. Кейинчалик, 1972-йилга келиб, олий таълим тизимида ҳам кенг қўлланила бошлади – АКШнинг 50 та университети ва тадқиқот марказлари янги тармоққа уланиб, илмий ахборот алмашинувида унумли фойдаланишни бошлади. 1973-йида эса Атлантика океани тубидан ўтган телефон кабелли орқали бу тизимга Буюк Британия ва Норвегиянинг хорижий ташкилотлари уланиши туфайли тармоқ халқаро макомга эга бўлди. 1984-йилда домен номлари тизими ишлаб чиқилди. Худи шу йилда ARPANET тармоғига жиддий рақиб пайдо бўлди, АКШнинг Миллий илмий фонди NSFNet катта университетлараро тармоғини ташкил этди. Шу пайдан бошлаб интернет кенг ижтимоий мулоқот воситасига айланиб, жадал кенгайиб борди. 1990-

йил ARPANET ўзининг нисбатан ёш рақобатчиси NSFNet тармоғига ютқазиб, ўз ишини тугатди. 1991 - йилга келиб эса Интернетда гиперматн тузилмаси асосида ишлайдиган умумжаҳон ўргимчак тўри (WWW) қўллана бошланди.¹

Шу тариқа, бугун жаҳон мамлакатларини ўз «тўри»га бирлаштира олган Интернет пайдо бўлди. Энг муҳими эса йиллар ўтгани сайин унинг имкониятлари, қамрови янада кенгаймоқда. Аслида, International (халқаро) ва net (тўр) маъноларини англатувчи глобал тармоқ имкониятни лол қолдиришнинг уддасидан чиқди. Ундаги тезкорлик, оммавийлик, халқаролик хусусиятлари, ички имкониятлари дунё океаниданда бойроқдир десак муболаға бўлмайди.

Авваллари, ўзга юртлардаги яқинларимиз билан гаплашиш бизга мушкуллик туғдирарди. Почтага бориб мактуб ёзиш, ёки телефон кўнғироқларини амалга ошириш ҳам вақтимизни ўғирлар эди. Интернетнинг пайдо бўлиши том маънода мушкулимизни осон қилди. Буни фақатгина мулоқотга киришишнинг осонлигида эмас, ўзимизга зарур маълумот ва манбааларни сонияларнигина сарфлаб кўлга киритишимиз мумкинлигида кўриш мумкин. Буни карангки, интернетнинг глобаллашуви шу даражага бориб етдики, ҳозирда нафакат ривожланган мамлакатлар, балки ўзимизда ҳам олди-сотди ишлари, уй анжомлари ва жихозлар хатто, кийим-кечакларни ҳам интернет орқали сотиб олиш мумкин. Тўғри, дастлабки йилларда унга уланиш, компьютер, тизим ва техник жихозлар фуқароларга бироз ноқулайликларни туғдирганди, лекин бугун интернетга уланишнинг йуллари кўп.

Интернет хизматлари шу қадар кўпки, биз унда ишлаш усуллари ва тамойилларини мукамал билсак, ундан истаганча фойдалана оламиз. Интернет бир неча асосий вазифаларни бажаради. Керакли ахборотни топиш

¹ Ш. Т. Қудратхўжаев «Интернет: тарихи, тузилиши, техник хавфсизлик», Т. - «Ўзбекистон», 2011-йил, 7-,8-,9-бетлар.

ва олиш, электрон алоқадан шунингдек, хоҳдаган одам, ташкилот, мамлакат билан турли музокаралар олиб бориш, эълон ва рекламаларни жойлаштириш, дўкон, дорихона, умуман, тиббий, маиший хизматлардан фойдаланиш, шу билан бирга электрон ўйинлар ва бошқалар. Келтирилган имкониятларнинг ҳар бири ҳақида соатлаб тўхталиш мумкин.

Пайдо бўлганига 20 йилгина бўлган World Wide Web – ўргимчак турининг ўзига хослиги ва ютуғи шундаки, у қисқа фурсатда ўз ўрнини эгаллай олди. Унинг асосий вазифаси маълумотларни бир ерда тўплашгина эмас, энг авалло тезкорликдир. Айнан ўша тезкорлик интернетнинг оммавий ахборот воситалари қаторига кўшилишига ва ўз сафдошларидан ўзиб кетишига туртки бўлди. Шундай бўлса-да, интернет нафақат қисқа муддатда ахборот олиш, балки исталган катта-кичик асарларнинг керакли бетини топиш, шунга тегишли манбааларни кўриб чиқиш имконини берди. Бу вазифани бажаришга Douglas Engelbart, Ted Nelson ва Tim Berners-Li каби олимларнинг «gipersilka» ғоялари асос бўлди.

Ихтирочиларнинг ҳар бири гиперматн технологияси ривожини учун салмоқли хисса қушган. Компьютер асрининг буюк кашфиётчиси профессор Douglas Engelbart 1968 йилда Stenford университетиде бўлиб ўтган конференцияда илк бор «матннинг алоҳида қисмларига йулланмалар киритган янги «намунаси»нинг ишлаш тамойилини намойиш этди. Унинг ғояси асосан, бир матн ичида бир нечта бошқа маълумотларга йулланма берилган бўлиб, махсус сўзлар ортида яширинган маълумотни очиб ўқиш мумкин эди. Яъни кўриниб турган матн ортида саноқсиз кўшимча маълумотларни топиш учун, китоб сингари алоҳида бетларни кидириб топиш талаб этилмасдан, уларга асосий саҳифада берилган гипер йулланмалар орқали ўтиш ва яна орқага қайтиш имконияти яратилган. Афсуски, Engelbart ғояси омадсизликка учраб, унинг ишлари синовдан ўтказиш баҳонаси билан узоқ муддатга «вақт кутиси»га солиниб четга суриб қўйилди. Олти йилдан сўнг гиперматн ғояси профессор Ted Nelsonни қизиқтириб қўйди. Олим уни батафсил ўрганиб чиқди, ўз концепциясини Engelbartдан фарқли ўларок,

кенгайтирилган тарзда «Computer Lib/Drem Machine» китоби орқали оммага тақдим этти. Қўлланма дастурчилар орасида оммалашди, лекин глобал тармоқ ҳали ибтидоий кўринишда бўлгани сабабли, уни амалга оширишнинг имкони бўлмади. Факатгина ўн етти йилдан кейин (1991), Швецария ядровий физика лабораторияси ходими Tim Berners-Li, Engelbart ва Nelson ғояларини юзага чиқарди. Айнан у гиперматн тили – HTML дастурлаш тилини (Hyper Text Markup Language) ҳам да HTTP (Hyper text Transfer Protocol) гиперматнни юбориш ва қабул қилиш протоколини яратиб, унинг асосида дунёни забт этган ўргимчак тури тизимининг ишлашини йулга қўйди ва WWW гиперматн тизимининг учинчи отасига айланди. Демак, шундай кулайликлари туфайли интернет ҳеч бир босма нашрда мавжуд бўлмаган фазилати билан ажралиб туради.¹

Дарҳақиқат, гиперўлланмалар ургимчак турини ҳосил қиладиган механизмдир. Айнан улар интернетнинг барча ресурсларини бир-бирига боғловчи восита ҳисобланади.

Интернетда ишлаш хусусида гапирар эканмиз аввало, унга уланиш учун даставвал тармоққа улаш ва компьютер орқали ахборот алмашинишини ташкил этиб берувчи воситачини яъни, провайдерни танлаб олиш зарур. Провайдер, дастлабки, ARPANET тармоғига уланган компьютерлар доимий уланиш режимида ишлаган. Уларнинг ҳар бири ўзининг аниқ манзили домен ига эга бўлган. Интернет провайдерлар миждозларга интернет ресурсларидан фойдаланиш, электрон почта хизмати, шахсий веб-сайтларни интернетга жойлаштириш, интернет орқали конференциялар ташкил этиш, интернет кидирув тизимларидан фойдаланиш каби хизматларни кўрсатади.

Ҳозирда мамлакатимизда Саркор Телеком, ТШТТ - Тошкент шаҳри телефон тармоғи, Шарк Стрим, Комнет, EVO каби провайдерлар мавжуд. Провайдер танлангач эса компьютерни тармоққа улаш учун модем, кабел,

¹ Ш. Т. Қудратхўжаев «Интернет: тарихи, тузилиши, техник ҳавфсизлик», Т. - «Ўзбекистон», 2011-йил. 12- ,13-бетлар.

адаптер каби зарур ускуналарни олиш керак. Веб-саҳифалар билан ишлаш учун эса браузер дастурини ўрнатиш ва созлаш керак.

Internet Explorer - 1990- йиллардан бошлаб Windows платформасининг барчасига ўрнатилиб келган стандарт браузер ҳисобланади. Унинг асосчиларидан бири ахборот коммуникация соҳасида енг муваффақиятли бизнес бошлаган мултимиллиадер - тадбиркор Bill Geysдир. Бу инсон интернетнинг имкониятларидан бохабар бўлиб, унинг ишлашини тобора чуқурроқ ўргангани сайин ўз инвестицияларининг кўп қисмини интернетнинг ривожига кирита бошлади. Машҳур мовий рангдаги «е» ҳарфи билан ифодаланувчи браузер айнан унинг ҳаракатлари натижаси бўлиб, 1998-йилдан 2009-йилгача Microsoft компанияси «Internet Explorer»ни ҳар бир компьютерга ўрнатилган Windows операцион тизимига Интернетни акс эттирувчи разм сифатида кирита бошлади.¹

«Internet Explorer»дан кейин яна кўплаб браузерлар пайдо бўлди. Улар Internet Explorer учун айтишга арзигулик рақиб бўлиб, ўзининг имкониятлари билан ундан ўзиб кетди. Масалан, Google Chrome, Opera, Firefox, Safari ана шундай браузерлардан жумласидандир.

Мустақиллик йилларида нафақат оммавий ахборот воситалари балки интернет соҳасини такомиллаштиришга алоҳида эътибор қаратилди. Мамлакатимизда амалга оширилаётган кенг куламли ислохотлар жараёнида оммавий ахборот воситалари сони қарийиб уч баробарга ошиб, бугунги кунда уларнинг деярли олтмиш фоизи нодавлат секторда фаолият кўрсатмоқда. Ушбу рақам замирида авваломбор, ҳукуматимизнинг соҳа ривожини учун курсатаётган ғамхурлиги, оммавий ахборот воситалари ходимларининг изланиши, ижодкорлиги, ташаббускорлик ва меҳнати ётибди. Биргина, босма нашрларнинг рақамлар таҳдилига назар ташлар эканмиз, «1991 йилда жами 435 оммавий ахборот воситаси бўлиб, унинг 343 таси газета, 89 таси журнал бўлган. 2012 йил 25-январиди эса 1379 та оммавий

¹ Ш. Т. Қудратхўжаев «Интернет: тарихи, тузилиши, техник хавфсизлик», Т. - «Ўзбекистон», 2011-йил. 28-бет.

ахборот воситаси бўлган ва шундан 706 таси газета, 255 тасини журналлар ташкил қилган.¹ Бу давлатимизда ахборот ва суз эркинлигини таъминлаш, соҳа конунчилигини янада такомиллаштириш борасидаги устувор вазифалар самарасидир. Ўзбекистон матбот ва ахборот агентлиги маълумотига кўра, 2014 йилнинг 10 июнь ҳолатига кўра, рўйхатга олиниб, давлат реестрига киритилган оммавий ахборот воситаларининг умумий сони 1379 тани ташкил этади. Улардан 679 таси газета, 282 таси журнал, 14 таси ахборот-бюллетень, 4таси ахборот агентлиги, 63 таси телевидение, 32 таси радио ва 287 таси веб-сайтлари кўринишидаги ОАВдир. Ўзбекистонда онлайн нашрлар шаклланиши ва фаолиятининг ҳуқуқий асослари ўрганилган. Бу борада Ўзбекистон Республикасининг янги таҳрирдаги “Оммавий ахборот воситалари тўғрисида”ги Қонуни, Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 1999 йил 5 февралдаги 52-сон “Маълумотлар узатиш миллий тармоғини ташкил этиш ва жаҳон ахборот тармоқларидан фойдаланишни тартибга солиш тўғрисида”ги Қарорининг тегишли бандларини асос қилиб кўрсатиш мумкин.

Ўтган давр мобайнида оммавий ахборот воситаларини янада эркинлаштириш, суз эркинлигини таъминлашга қаратилган катор қарорлар қабул қилиниб, ҳаётга тадбиқ этилди. Хусусан, «Ахборот эркинлиги принциплари ва кафолатлари тўғрисида»ги Қонуннинг қабул қилиниши ахборотдан ҳам ма эркин фойдаланиши мумкинлигини ҳуқуқий жиҳатдан белгилаб берди. Шунингдек, ахборот хавфсизлигини таъминлаш, шахс, жамият, давлатнинг ахборот борасидаги хавфсизлиги ҳам таъминланди. Ушбу қонунда ахборот эркинлигининг асосий принциплари, ахборотнинг очиклиги, ахборот олиш тартиблари, ахборот эркинлиги кафолатлари белгилаб қуйилган.

Юртбошимизнинг «Бугун биз демократия жараёнларни чуқурлаштириш, аҳолининг сиёсий фаоллигини ошириш, фуқароларнинг мамлакатимиз сиёсий ва ижтимоий ҳаётидаги амалий иштироки ҳақида суз

¹ «Туркистон», 2012-йил, 25-январь, 11-сон.

юритар эканмиз, албатта, ахборот эркинлигини таъминламасдан, оммавий ахборот воситаларини одамлар ўз фикр ва ғояларини, содир булаётган воқеаларга ўз муносабати ва позиция, эркин ифода этадиган минбарга айлантормасдан туриб, бу мақсадларга эришиб бўлмаслигини ўзимизга яхши тасаввур этамиз» деган фикрлари айна ҳақиқат эканини яққол кўришимиз мумкин.¹

Дарҳақиқат, мухтарам Юртбошимиз томонидан илгари сурилган «Мамлакатимизда демократик ислохотларни янада чуқурлаштириш ва фуқаролик жамиятини ривожлантириш концепцияси»да ахборот соҳасини ислоҳ қилиш, ахборот ва сўз эркинлигини таъминлаш борасидаги илғор ғоялар ўртага ташланиб, соҳа қонунчилигини янада такомиллаштириш борасида устувор вазифалар белгилаб берилган.

Унда оммавий ахборот воситалари ва давлат ҳокимияти органлари ўртасидаги муносабатларнинг устувор жиҳатларини тўғри белгилаш, жумладан, оммавий ахборот воситалари фаолияти устидан назорат қилишнинг иқтисодий механизмларини, ахборот манбааларининг ёпиқлигини, шунингдек, таҳририятларга ҳокимият органлари ва маъмурий тузилмалар томонидан бўлаётган маълум даражадаги босимларни бартараф қилиш билан боғлиқ муаммоли масалаларни ҳал этиш ҳақида гап борган. Шунинг эътиборга олиб, мамлакатимизда «Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари фаолиятининг очиқлиги тўғрисида»ги Қонунни қабул қилиш зарурлиги таъкидланган. Бундан ташқари концепсияда оммавий ахборот воситалари эркинлиги ва мустақиллигини янада мустаҳкамлаш, муаллифлик ҳуқуқлари ва интеллектуал мулкни ишончли ҳимоя қилишнинг қафолатлари ва механизмларини кучайтириш мақсадида «Оммавий ахборот воситари фаолиятининг иқтисодий асослари тўғрисида», «Оммавий ахборот воситаларининг давлат томонидан қўллаб-қувватлаш қафолатлари тўғрисида»ги қонунларни қабул қилиш тақлиф этилган. Шунингдек,

¹ Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислам Қаримовнинг Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси Қонунчилик палатаси ва Сенатининг қўшма мажлисидаги «Мамлакатимизда демократик ислохотларни янада чуқурлаштириш ва фуқаролик жамиятини ривожлантириш концепцияси».

«Оммавий ахборот воситалари тўғрисида», «Ахборот эркинлиги принциплари ва кафолатлари тўғрисида»ги қонун ҳужжатларига тегишли ўзгартириш ва қушимчалар киритиш таклиф этилган. Зеро, бу ўзгартиришлар оммавий ахборот воситаларининг давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари фаолияти устидан жамоатчилик ва парламент назоратини таъминлаш имконини беради. қолаверса, Юртбошимиз таъкидлаганларидек, сиёсий модернизация жараёнларида тобора муҳим аҳамият касб этиб бораётган замонавий ахборот-коммуникация технологияларидан давлат ва жамият қурилишида кенг фойдаланиш лозим.

«Телекоммуникациялар тўғрисида»ги Қонун нормаларини янада такомиллаштириш, рақамли телерадиоэшиттириш тизимига ўтиш буйича тадбирлар давлат дастурининг ишлаб чиқилиши ҳам ушбу вазифани ҳал этишга хизмат қилади. Мазкур дастур телерадиоэшиттиришлар инфратузилмасини шакллантириш бу борадаги фаолиятни ҳуқуқий жиҳатдан тартибга соладиган самарали тизимни яратишга қаратилиши даркор.¹

Юртимизда соҳани ислоҳ қилишга қаратилган чора-тадбирлар, оммавий ахборот воситаларининг фуқаролик жамиятлари институтлари тизимидаги ўрни ва ролини янада мустаҳкамлашга, фуқароларнинг сўз эркинлиги ва танлаш эркинлигини таъминлашга қаратилган конституциявий ҳуқуқлари тўла рўёбга чиқаришга ёрдам беради.

Президентимиз Ислоҳ Каримов 2011 - йилда матбуот ва оммавий ахборот воситалари ходимларига йуллаган табриқда шундай дейилган: Қаттиқ ирода ва тинимсиз меҳнатни талаб қиладиган бундай вазифалар ҳақида гапирганда, барчамиз яхши англаймизки, аввало мамлакатимизда оммавий ахборот воситаларининг фаолиятини замон даражасига кўтариш учун ҳуқуқий кафолат ва шароитларни, журналист ва техник кадрлар тайёрлаш тизимини такомиллаштириш, уларнинг меҳнатини муносиб рағбатлантириш масалалари демократик давлат барпо этиш вазифасининг

¹ Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислоҳ Каримовнинг Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси Қонунчилик палатаси ва Сенатининг қўшма мажлисидаги «Мамлакатимизда демократик ислохотларни янада чуқурлаштириш ва фуқаролик жамиятини ривожлантириш концепсияси».

узвий бир қисми бўлишини таъминлаш мақсадида ҳам яна улкан ишларни амалга оширишимиз зарур.¹

Дарҳақиқат, юртимиз кундан-кунга қандай ютук ва марраларни қўлга киритаётган бўлса, оммавий ахборот воситалари соҳасида ҳам муҳим янгиликлар ва ривожланиш жараёнлари юз бермоқда. Марказда ва жойларда оммавий ахборот воситаларининг моддий-техник базаси, кадрлар салоҳияти мустаҳкамланмоқда, шунингдек, нодавлат нашрлар ва телерадиоканаллар фаолияти кенгайтириши ахборот майдонида ўзаро рақобат майдонининг, қолаверса, жамиятимизда фикрлар ва қарашлар ранг-баранглигининг ортиши, аҳолининг дунёқараши ва маънавий оламини янада юксалтиришга катта таъсир кўрсатади. Шунини айтиш керакки, бугунги кунда ахборот тарқатишнинг тезкор усули бўлмиш интернет журналистикасини ривожлантириш буйича ҳам имкониятлар яратилди. Бунинг исботини юртимиздаги оммавий ахборот воситалари интернетда ўз веб-сайтига эга экани, олий ўқув юртларида интернет журналистикаси буйича махсус фанлар ўқитилаётгани, шу йуналишда ижод қилаётган журналистлар сони тобора кўпайиб бораётгани мисолида яққол кўриш мумкин.

Интернет журналистикаси хусусида гапирганда, аввало соҳанинг ҳуқуқий пойдевори яратилганини кайд этиш керак.

Ҳукуматимиз раҳбарининг 2002-йил 30-майдаги «Компютерлаштириши янада ривожлантириш ва ахборот-коммуникация технологияларини жорий этиш тўғрисида»ги Фармони ва 2005-йил 18-июльдаги «Ахборот-коммуникация технологияларини янада ривожлантиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида»ги ҳамда Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2005-йил 16-августдаги «Матбуот ахборот тизимлари ва телекоммуникация соҳасида бошқарув тузилмасини такомиллаштириш тўғрисида»ги Қарорлари соҳани ислоҳ қилишда муҳим дастуриламал бўлиб хизмат қилмоқда. Хусусан, «Ўзбекистон Республикасининг жамоат таълим

¹ «Халқ сўзи», 2011-йил, 28-июнь, 125-сон.

ахборот тармоғини ташкил этиш тўғрисида»ги Қарорга мувофиқ, Олий ва ўрта махсус таълим вазирлиги томонидан мамлакатнинг барча олий таълим муассасаларини ягона ахборот тизимига бирлаштирган корпоратив компьютер тармоғи ташкил этилиб ривожлантирилди. Шунингдек, мактаб, лицей, касб-Хунар коллежлари, ўқувчилари ва олий таълим муассасалари талабаларининг ахборотга бўлган эҳтиёжини кондириш мақсадида Ўзбекистон Алоқа ва ахборотлаштириш агентлиги, Олий ва ўрта махсус таълим, Халқ таълими вазирликларининг ҳамда «Камолот» ёшлар ижтимоий-харакатининг республикадаги турли тузилмалар томонидан маълумотлар узатиш тармоқларида ташкил этилаётган таълим ва ёшларга мўлжалланган ахборот ресурслари ягона «ZiyoNET» ахборот тармоғига бирлаштирилди.

Бугунги кунда ушбу тармоқ ёшларимизни ватанга муҳаббат, юртга садоқат руҳида тарбиялаш, миллий урф-одат, кадриятларимизни ҳурмат қилишга, бой тарихимизни кадрлашга ўргатмоқда. Тармоқда, ижтимоий-сиёсий, иқтисодий, маънавий-маърифий, илмий-таълим ва бошқа турдаги ахборотлар кенг қўламда бериб борилади.

Бу каби қарор, қонун ва қатор меъёрий ҳужжатларнинг қабул қилиниши мамлакатимизда олиб борилаётган ташқи ва ички сиёсатни турли-туман нуқтаи-назарлардан баҳолаб ифодалаш билан бирга йулимизда тўсик бўлиб турган иллатларга қонуний курашиш имконини берди.

Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2006-йил 7-августдаги «Оммавий ахборот воситалари соҳасида кадрлар тайёрлаш ва қайта тайёрлаш давлат дастури тўғрисида»ги Қарори эса, ахборот соҳасидаги фаолиятнинг сифати ва савиясини оширишга тurtки бўлди. Бугунги кунда оммавий ахборот воситаларида микдор ўзга ришлари билан бирга сифат ўзга ришлари ҳам юз берди. Газета, журнал, радио, ва телеканалларнинг мазмун-мундарижаси, мавзу доираси кенгайиб, замон талаблари билан ҳам оҳанг бўлди. Журналистларнинг дунёқараши, билим ва тажрибаси, касб

махорати ошди. Зеро, ҳаётимизга шиддат билан кириб келаётган глобаллашув жараёнлари, оммавий ахборот воситалари ходимлари зиммасига ниҳоятда масъулиятли вазифаларни юкламоқда.

Ўзини юртпарвар деб ҳис қилган журналист юрт равнаки йулида ўз ҳаловатидан кеча олиши, давлатимизнинг жаҳон майдонида муносиб ўрин эгаллашига ўз хиссасини қўшиши даркор.

Ўзбекистонда кейинги йилларда сунъий йулдош алоқа тармоғи орқали телерадио дастурларни тарқатиш йулга қўйилди. Бугунги кунда мамлакатимиз телекоммуникациялар тизими дунёнинг 180 та мамлакатига 28 та йунали буйича туғридан-туғри чиқадиган халқаро каналларга эга. Юртимиздаги телерадиоканаллар томонидан тайёрланаётган кўрсатув ва эшиттиришлар интернет глобал тармоғи орқали реал вақт ва режимида жаҳонга узатилмоқда.

Бундай кенг микёсдаги ишлар натижасида «фақат кейинги 10 йилнинг ўзида босма оммавий ахборот воситаларининг сони 1,5 баробар, электрон оммавий ахборот воситаларининг сони эса 7 баробарга кўпайиб, бугунги кунда уларнинг умумий сони қарийиб 1200 тага етди».¹

Бундай янгиликлар ўз самарасини бераётганини эфир орқали узатиладиган материалларни тайёрлаш жараёнига замонавий рақамли ва мультимедиа технологиялари жорий қилинаётганида намоён бўлмоқда. Интернетдан фойдаланувчилар сони ҳам жадал суръатлар билан кенгайиб бормоқда.

Бугунги кунда уларнинг сони 7 миллиондан ортиб кетгани ҳам буни тасдиқдаб турибди. Оммавий ахборот воситалари чегара билмай бизни глобал ахборот макони билан боғловчи кўприқдир.

¹ Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислам Каримовнинг Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси Қонунчилик палатаси ва Сенатининг қўшма мажлисидаги «Мамлакатимизда демократик ислохотларни янада чуқурлаштириш ва фуқаролик жамиятини ривожлантириш концепсияси».

II БОБ. ОНЛАЙН ГАЗЕТАЛАР ВА БОСМА НАШРЛАРНИНГ ЭЛЕКТРОН НАШРЛАРИНИ МУШТАРАКЛИГИ ВА ФАРҚЛАРИ

1. Онлайн нашрларнинг шакли мазмуни ва ўзига хосликлари

Босма нашр учун имидж қанчалар аҳамиятли бўлса, онлайн 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 дақиқагина бериларкан. Шу фурсат ичида фойдаланувчи диққатини ушлаб қололмаган веб саҳифа ютқизиши аниқ. Бу эса кўп жихатдан сайт имиджига боғлиқ.

Сайт имиджи – бу жамоат ёки якка 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 бор. Айнан электрон нашр имиджини қуйидагилар ташкил этади:

- Сайт контенти (таркиби, ундаги материаллар)
- Кўриниши (дизайни)
- Номи
- Нечта тилда экани
- Мультимедиа ва интерактив воситаларнинг мавжудлиги
- Тезкор янгилашиб туриши
- Унда берилаётган ахборотларнинг ишонарлилиги ва тезкорлиги
- Фойдаланувчилар сони(посещаемость)
- Ижтимоий тармоқларда ўз саҳифасига эгаллиги ва ҳ.к.

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

Ҳар қандай электрон нашрнинг биринчи хусусияти унинг контенти ҳисобланади. 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»¹.

Бироқ ишни сайтга яхши, жарангли, хотирада тез қоладиган ном танлашдан бошлаш мақсадга мувофиқ. Олдинги параграфда номнинг босма нашрлар имиджида тўтган 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

¹Х.Шеров. 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. –б. 203.

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 («Ma'rifat» газетаси), www.oilavajamiyat.uz («Oila va jamiyat» газетаси), www.adolat.uz («Adolat» газетаси) каби. Ёхуд www.mahallagzt.uz («Mahalla» газетаси), www.jamiyatgzt.uz («Жамият» газетаси) он-лайн нашр номлари сингари. Айримларининг номи эса босмаси номининг бош ҳарфларидан иборат бўлади холос. Масалан, www.xs.uz («Халқ сўзи» газетаси), www.ut.uz («Uzbekistan Today» газетаси).

Электрон нашр номига қўйилган қатъий талаблар бор. Аммо унинг имкон қадар мураккаб бўлмаганлиги 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»¹.

UZ доменидаги соф электрон нашрларни кузатар эканмиз, улар ўз мазмуни ва мақсадидан келиб чиққан ҳолда номланганининг гувоҳи бўлдик. www.uz24.uz нафақат Ўзбекистон, балки бутун дунёда содир бўлаётган воқеа-ҳодисалар ҳақида хабар беришини билдирса, www.kun.uz сайти куннинг энг муҳим воқеаларини тезкор хабар қилиши тўғрисида тасаввур ҳосил этади. www.gazeta.uz номи орқали ҳар бир фойдаланучи ўзига зарур ахборотга эга бўлишини ваъда қилади.

Яхши ном танлангандан сўнг, сайтни нима билан тўлдириш, яъни, унга қандай материаллар жойлаштириш зарурлиги муҳим ўринга чиқади. Долзарб, қизиқарли, холис, тезкор материалларга бой сайт обрўси, имиджи аудитория ўртасида, албатта, ошиб боради. Интернет фойдаланувчилари аксар ҳолларда ўзига керакли маълумотни, аввало, қидирув тизимларидан излашади.

¹Х.Шеров. 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. –б. 203.

Қидирув тизимининг биринчи рўйхатидан чиққан сайтга фойдаланувчиларнинг кириш эҳтимоли юқори. Аммо қидирув тизимида чиқиши учун сайтни ҳар қандай маълумот билан тўлдириб ташлаб бўлмайди.

Маълумки, босма нашрларда у ёки бу рукн (рубрика) остида мақолаларнинг моҳияти йўналишидан келиб чиқиб берилади. Шу сабабли босма нашрларда ўнлаб, юзлаб рукнлар мавжуд бўлади. Аммо юртимизнинг босма нашрлари электрон нусхаларида санокли рубрика, бўлимлар бўлиб, мақолалар улар ичига жойлаштирилади. Ҳар бир мақолани босма нашрдаги сигари ўз рубрикаси билан қўйишнинг иложи йўқ. Шу сабаб мақола сайтдаги унинг мазмунига яқин рубрика остида жойлаштирилади. Масалан, «Hurriyat» газетасининг электрон нусхасида¹ «Бош саҳифа», «Тахририят», «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 шаклида² 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 жойлаштирилган. 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 етарли даражада ёки мавзуга мос рубрикаларнинг йўқлиги ёки уларнинг амалда юритмаслик ҳолатлари ҳам учрайди.

Соф электрон нашрлардаги рукнларга эътибор қаратадиган бўлсак, айримларидаги асосий ва қўшимча бўлимлар сони кўплиги, хилма-хиллигини кузатиш мумкин. Масалан, www.kun.uz сайти орқали тарақатиладиган

¹ www.uzhurriyat.uz 1.05.2012.

² www.uzbekistonovozi.uz 20.04.2012

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 киритилганлигини кўрдик.

Хулоса қилиб айтиш мумкинки, глобал тармоқ нашрларида турли хил бўлимларнинг мавжудлиги, сайтга мазмун бахш этиши билан бирга, унда бериладиган мақолалар хилма-хил бўлиши ва осон топилишига имкон яратади. Сайт имиджини 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 бирламчи меъзон ҳисобланади. Сабаби интернетнинг чексиз оламида айнан дизайн орқали фойдаланувчи эътиборини тортиш, жалб этиш мумкин.

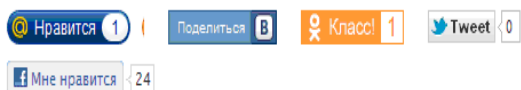
Сайт кўриниши, унинг дизайн, у ифода этаётган босма нашр ёхуд ташкилот имиджига таъсир кўрсатади. Сайт кўриниши, беаги шу нуқтаи назардан ўша ташкилот ё муассис имиджига мувофиқ келиши, сайт таклиф этаётган товар ва хизматлар моҳиятини ўзида ифода этиши лозим. Сайт дизайни бир томондан унинг қандай аудиторияга мўлжалланганлигини кўрсатувчи жиҳатлардан бири, таъбир жоиз бўлса энг асоисиси. Айни бир сайт турли ижтимоий қатлам ва ёш эгаларига мўлжалланган бўлиши мумкинлигини ҳам эътибордан четда қолдирмаслик керак.

Маълумки, глобал тармоқ сайт дизайнини яратишда кенг имконият ва қулайликларга эга. Сайтга анимацион деталларни, ҳаракатланувчи роликлар кўйиш, ранг-баранг рекламалар бериш, чекланмаган миқдорда суратлар киритиш, материалларни ижодий ёндашган ҳолда жойлаштириш мумкин. Дизайн сайт учун жуда муҳим кўрсаткич, аммо у фойдаланувчилар информация қабул қилишига халақит бермаслиги, уни чалкаштириб

юбормаслиги шарт. Замон талаби билан ҳозирда сайт дизайнини яратиш билан шуғулланувчи махсус мутахассислар етишиб чикмоқда.

Дизайн кўп жиҳатдан уни ташкил этувчи унсурларга 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 қуйида, интерактив воситаларнинг янги тури ва унинг сайт имиджига таъсири ҳақида фикр юритамиз.

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 аниқланган¹. Шунинг эътиборига 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 хабар ҳақида ижтимоий тармоқдаги саҳифасида аён қилиши, бошқаларни ҳам уни ўқишга чорлаши, таассуротлари билан бўлишиши мумкин. Натижада сайтдаги материаллар оммалашиб, уларга бўлган қизиқиш ортади, табиийки, сайт имиджи ҳам кўтарилади.

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

¹Дурдиев. М. Ўзбекистонда интернет ва ахборот-коммуникацион технологияларнинг ривожини. Шанъанавий талабалар медиа конференцияси.– Т.,2012.

кизиқарли, мазмунли, хилма-хил материалларга бой бўлиши, муҳими, тезкор янгиланиб туриши керак. Мамлақатимиздаги босма нашрларнинг электрон нусхалари фақатгина газета чиққан кундагина янгиланиши, баъзилари эса бир ойда бир марта ҳам янгиланмаслиги алоҳида тўхталиб ўтиш ўринлидар. Бироқ соф электрон нашрлар орасида тез-тез янгиланиб туриладиган, айрим воқеаларга оид хабарлар кун ёки ҳафта давомида тадрижий ёритиб бориладиган сайтлар ҳам бор. Масалан, www.kun.uz сайтига бир кунда ўртача 20 тадан 30 тагача хабар жойлаштирилади. Сайтлар топ-рейтингининг 3-ўрнида турган (12.04.2014 йил ҳолатида) ушбу сайтга бир кунда 12574 нафар фойдаланувчи ташриф буюради¹. www.daryo.uz сайти кунига 8-10 мартагача, www.kun.uz сайти эса атиги 7-8 марта янгиланади. Демакки, уларнинг рейтинглари ҳам шунга яраша бўлади.

Шунга қарамай, рақобатдаги ушбу сайтлар ахборотни биринчи бўлиб беришга интилади. Бироқ айни дамда тезкор берилган ахборотнинг тўғри ва текширилганлиги масласи ҳам кўндаланг туради. Кўпчилик интернетда берилаётган хабарнинг тўғрилигига шубҳа билан қарайди. Аммо ўз нуфузи ва обрўсини сақлаб қолишга интилгандан ҳар қандай электрон нашр бераётган материалларининг ишончлилиги ва ҳолиселигига эътибор қаратади. Ҳолис, текширилган ҳолда биринчи бўлиб ахборот етказган манба кўпроқ фойдаланувчилар эътибори ва ишончига қиради, обрўси ортади, имиджи кўтарилади.

Электрон нашр материалларининг қанчалик тез-тез янгиланиб турилиши сайт имиджини 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 нуфўзини оширади. Афсуски, юртимизда чоп этилаётган босма нашрларнинг электрон нусхалари асосан бир тил – ўзбек тилида

¹www.uz 12.04.2014

бўлади. Айримларида рус ва ҳатто инглиз тилларидаги бўлимлари мавжуд бўлса-да, улар амалда ишламайди, уларга бирорта мақола киритилмаган. Масалан, «Тошкент ҳақиқати» ва «Ташкентская правда»¹ газеталарининг интернетдаги сайти ўзбек, рус ва инглиз тилларида берилиши ёзилган, аммо инглиз тили ҳали ишга туширилмаган. «Оила ва жамият» газетасиникида² ҳам ўзбек тилидан ташқари рус ва инглиз тиллари бўлими мавжуд бўлса-да, хануз уларга бирорта мақола жойлаштирилмаган. Бошқа нашрлар эса материалларни асосан ўзбек тилидагина эълон қилади. Шундай бир вазиятда «Халқ сўзи» газетасининг веб-сайти³ 5 тил(ўзбек, рус, инглиз, немис, француз)да фаолият юритиши қувонарли ҳол, албатта.

Соф электрон нашрлар ичида янгиликлар нашри ҳисобланмиш www.gя24.uz ва www.gazeta.uz рус ва ўзбек тилларида, www.kun.uz ва daryo.uz фақат ўзбек тилида ўз ахборотларини беради.

Босма ва электрон нашр имиджидан ўхшашлик ва фарқли жиҳатлар борми деган кўп марта такрорланадиган савол ҳали интернет онлайн нашрлари фаолиятини яхши тушунилмайдиганлар томонидан кўп бор берилади. Бунга ойдинлик киритиш олиб борилаётган илмий-тадқиқот ишининг муҳим йўналишларидан ҳисобланади. Шу нуқтаи назардан айтиш мумкинки, ҳар икки ОАВ тури ўртасида фарқли жиҳатлар 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 «харидорғирлиги», оммабоплиги унинг тиражи билан баҳоланади. Масалан, бугунги кунда энг кўп тиражли газеталардан бири «Даракчи» ҳисобланади (2012 йил апрель ойидаги тиражи 70 000).

Электрон нашрларда эса тираж тушунчаси бир мунча ўзига хослик касб этади. Уларда ҳар бир мақола ёки хабар, у ёки бу саҳифа неча марта

¹www.th.uz – 5.05.2012

²www.oilavajamiyat.uz – 5.05.2012

³www.xs.uz

ўқилгани, сайтга бир кунда қанча фойдаланувчи ташриф буюрганини ҳисоблаш орқали аниқланади.

Электрон нашр имиджини ундан фойдаланувчилар сони ҳам белгилайди. Қанча кўп фойдаланувчи ўша сайтга кириб, материалларини ўқиётган экан, демак, унга қизиқиш шу даражада кучли. www.uz миллий кидирув тармоғида босма нашрларнинг электрон версиялари «топ-рейтинг»и (сайтга ташриф буюрганлар сонига қараб) эълон қилинади. Унга мувофиқ, «Interfutbol» газетаси веб-сайти рейтинг тепасида, кейин «Даракчи», «Голос Узбекистана», «Новости Узбекистана», «Правда Востока», «Хабар», «Маърифат», «7*7», «Жамият» газеталари ўрин эгаллаган¹. Соф электрон нашрлар ичида эса www.gazeta.uz 2-ўрин, www.kun.uz 4-ўриндан жой олган.

Босма нашрлар имиджи журналистлар имиджига 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 неча мақолалардан битта мақола «ясалади». Ўзбекистондаги босма нашрларнинг бутунжаҳон тармоғидаги электрон кўринишлари асосан айнан босма кўринишидаги мақолаларни бериши сабаб, бундай ҳоллар деярли кузатилмайди. Аммо онлайн нашрларда янгилик, хабар ва бошқа ахборотлар одатда (қоидага кўра) муаллифсиз берилди. Фойдаланувчи эълон қилинган хабар ким томондан ёзилганини билмайди, у ўқиётган материални фалончи журналистдан эмас, маълум бир сайтдан, масалан, www.kun.uz дан, деб қабул қилади. Шу сабаб журналист имиджига глобал тармоқда бошқачароқ ёндашмоқ лозим. Бу билан интернет журналистининг нуфузи пастроқ, деган фикрдан йироқмиз. Аксинча, бу

¹www.uz – 11.04.2014

интернет журналистига нисбатан масъулият юкланиб, икки-уч баробар кўпроқ маҳорат, билим талаб этади.

Юқорида баён этилган фикрлардан елиб чиқиб, хулоса қилиш мумкинки, босма нашр учун имидж қанчалар аҳамиятли бўлса, электрон нашр учун ҳам шунчалар муҳим. Босма ва электрон нашрларнинг бир-бирига ўхшаш ва фарқли жиҳатлари бўлгани сингари ҳар иккисининг имиджида ҳам ўхшашлик ва тафовутлар, ўзига хос жиҳатлар мавжуд. Шунининг илоҳотида 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» керак.

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.

2. Босма нашрларнинг электрон шаклларига қўйиладиган талаблар ва уни такомиллаштириш омиллари

Қисқа вақт ичида дунё аудиториясини жалб этган ва қайсидир маънода ОАВ «отахон»и-босма нашрлар билан рақобатга киришган интернет журналистика (он-лайн журналистика, кибер-журналистика, интерактив журналистика) Ўзбекистон худудида ҳам тан олинди, ўз ўрнига эга бўлиб бормоқда. Интернетни тўлалигича ОАВ турига кирита олмасмиз, шунингдек, ОАВ функциясини бажарувчи электрон нашрлар бор.

Шу ўринда босма ва электрон нашр атамаларига изоҳ бериб ўтсак. Босма нашр – даврийликка, доимий номга, ададга (1000 нусхадан кам бўлмаган) эга бўлган ва босма тарзда олти ойда камида бир марта чоп этилувчи нашр ҳисобланади.

Электрон нашр – 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 макондир.

Қандай таснифланишига қарамай, ҳар иккиси: босма ва электрон нашр ОАВ тури саналади. 2007 йил янги тахрирда қабул қилинган «Оммавий ахборот воситалари тўғрисида»ги қонуннинг 4-моддасида шундай дейилади: «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»¹. Таббий равишда ҳар икки нашр аудиторияга тақдим этаётган маҳсулот 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»².

Мустақиллигимизнинг дастлабки йилларида нафақат бизнинг мамлакат, балки бутун дунёда ҳам интернет ҳали кенг оммага ёйилмаган эди. Интернет журналистика маҳсули бўлмиш электрон нашр биринчи бор АҚШда 1990 йилда пайдо бўлган («The Electronic Club»). Шундан сўнг электрон нашрлар тарихида ҳақиқий бурилиш юз берди. 1995 йил – 100та, 1996 йил – 1115та, 1999 йил – 4925та³ электрон нашр бутунжаҳон ўргимчак тўрида пайдо бўлди. Ўзбекистонда эса гарчи давлат ва жамоат тизимларининг тармоққа уланиши 1996 йилдан бошланган бўлсада, республика оммавий ахборот воситалари глобал тармоқни ўзлаштиришни 2002 йилдан бошлашди. Шу йилдан анъанавий ОАВ ўз электрон версияларини яратиш орқали виртуал маконни фаол ўзлаштиришга киришди. Ҳозирда интернет тармоғининг .UZ доменида 4203 та турли йўналишдаги сайт ва порталлар фаолият юритмоқда⁴. Ўзбекистон мустақил босма оммавий ахборот воситалари ва ахборот агентликларни қўллаб-қувватлаш ва ривожлантириш жамоат фонди кўмаги билан 2006 йил мамлакатимиздаги 40дан ортиқ газета ва журналлар ўзининг веб кўринишига эга бўлган бўлса, 2008 йил уларнинг сони 93тага етди⁵.

1992 йилдан бошлаб республикаимизда ахборот коммуникацион технологияларни ривожлантириш, Ахборот ресурсларини тайёрлаш ва

¹ www.lex.uz- 12.03.2014

² www.lex.uz. Ўзбекистон Республикасининг “Оммавий ахборот воситалари тўғрисида”ги қонуни. Янги тахрир. 2007 й, 25-модда.

³ 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.

⁴ www.uz 11.11.2013 й.

⁵ www.mmf.uz 4.04.2008 й.

уларни маълумотларни 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 тўртки бўлди. 2005 йил эса Ўзбекистон Республикаси Президентининг «Ахборот-коммуникацион технологияларни ривожлантиришнинг қўшимча чора-тадбирлари тўғрисида»ги қарори асосида «2010 йилгача давлатни бошқариш органлари ва жойларда давлат ҳокимияти фаолиятида АКТларни кўллаш Дастури» тасдиқланди. Санаб ўтилган қонуности ҳужжатлари ахборот коммуникация технологияларини ривожлантириш, интернет тармоғидаги ахборот ресурсларини тартибга солишда муҳим ҳуқуқий асос бўлиб хизмат қилади.

Интернет қанчалар кенг аудиторияни ўзига қамрамасин, қанчалар такомиллашмасин, онлан нашрларни ҳам мукамал ахборот узатувчи восита

сифатида қабул қилиб бўлмайди. Чунки унда ҳам қатор камчиликлар, ечимини кутиб турган муоаммолар бор.

Ана шу муаммо ва камчиликларнинг асосийси сифатида электрон нашрлар глобал тармоқ тақдим этаётган имкониятлардан тўла-тўқис фойдаланяпти деб бўлмайди.

Бу айниқса, босма нашрларнинг электрон шаклларида яққолроқ кўзга ташланади. Гарчанд бошқа давлатларда, айниқса ривожланган мамлакатларда босма нашрларнинг электрон шакллари мислсиз даражада ривожланиб, анъанавий нашрларни чоп этмаслик масаласини кун тартибига кўяётган бир шароитда, бизнинг республикада ҳали газеталарнинг электрон шакллари бир ҳафтада бир марта ҳам янгиланмайдиган фотосурат, аудио ва видео лавҳалар умуман қўйилмайдиган сайтлар бор. Буни ҳозирги шароитда анъанавий нашрларнинг бутунжаҳон веб тармоғи аҳамияти, салмоғи ва заруратини ҳис қилмаслик, бу соҳада мавжуд ва ривожланаётган илғор тажрибаларни ўз фаолиятларига татбиқ этишда билим ва имкониятни етишмаётганидан далолат беради.

Масалан, «Ishonch» газетасининг электрон нашри¹ 11.04.2014 йил ҳолатида охириги марта 26.03.2014да, яъни 25 кун олдин янгиланган. Сайтда реклама, об-ҳаво маълумотлари ёки бошқа қўшимча маълумотлар йўқ Аммо веб-саҳифа дизайни ва суратлар хилма-хиллиги ўқувчи эътиборини тортади. Газетанинг сўнгги сонини PDF форматда юклаб олиш имкони мавжудлиги фойдаланувчиларга қулайлик яратади.

«Жамият» газетасининг электрон кўринишида² бирорта сурат йўқлиги, энг кўп (70 марта) ўқилган мақолалардан бирида ҳам фотосурат берилмаганлигига гувоҳ бўрдик. Ваҳоланки, айнан фотосуратлар интренет муҳитида ўқувчи диққатини тортувчи, уни ўша сайтга чорловчи воситалардан биридир. Шунингдек, мазкур сайт 11.04.2014 йил ҳолатида охириги марта 5 кун олдин янгиланганлиги, айрим рукнлардаги мақолалар 2

²www.jamiyatgzt.uz

ой олдин жойлаштирилганлиги, сайтда реклама йўқлиги, рус тили учун линк бор бўлса-да, ишламаслигини кузатиш мумкин.

«Оила ва жамият» газетаси электрон версиясида¹ анимацион кўринишлар, об-ҳаво маълумотлари, реклама бўлса-да, сайт ҳали тўла ишга тушмаганлигини кузатиш мумкин. Бошқа газеталарнинг электрон кўринишларидан фарқли равишда инглиз тили учун ҳам бўлим мавжудлигига қарамай унда рукнлар номи инглиз тилида ёзилганига қарамай, бирортасига мақолалар тўлиқ киритилмаганлиги кўрдик.

Нисбатан яхши сайтлардан бири «Ўзбекистон овози» газетасининг электрон версияси² ҳам ҳар уч кунда янгилашишига 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 глобал тармоқ имкониятларидан имкон қадар фойдаланишга ҳаракат қилинаётгани ҳақида тасаввур уйғотади.

«Халқ сўзи» газетасининг веб-сайти³ ҳозирда жуда самарали фаолият юритмоқда. Ахборотлар ҳар куни янгилашиб, босма нашрдан умуман кечикмадан бериб борилади. Видеолавҳалар, алмашилиб турувчи анимациялар, об-ҳаво маълумоти, сайт ёққанини ижтимоий тармоқларда билдириш учун линк(Like)лар киритилган. Сайтдаги ҳар бир саҳифа суратлар билан бойитилган. Хабарлар тез-тез алмашилиб туриши билан эса унинг ходимлари тезкорликка алоҳида аҳамият қаратишидан дарак беради.

Хорижий давлатларнинг, хусусан Россиянинг энг оммабоп нашрларидан бири бўлган «Аргументы и факты» газетасининг электрон шаклига эътибор қаратадиган бўлсак, «Аргументы и факты»ни сотиб олганлардан яъни анъанавий нашрининг ўқувчиларидан кўра, унинг интернетдаги сайтига ташриф буюрувчилар сони ўртача 4 марта кўп. Масалан, АиФ газетасининг 2013 йил декабрь ойидаги умумий тиражи

¹www.oilavajamiyat.uz

²www.uzbekistonovozi.uz-11.04.2012

³www.xs.uz – 11.04.2012

2.500.481 тани ташкил қилган вақтда www.aif.ru сайтига шу ойда кирганлар сони 8.741.281 киши деб ҳисобланган (2014 йил март ойидаги фарқ ҳам деярли шундай: 2.482.566 – 8.080.413). Сайтдаги янгиликлар тасмасининг бир кунда 20 мартадан ортиқ янгиланиб боришининг ўзиёқ юқоридаги кўрсаткичини ишонарли бўлишига шубҳа қолдирмайди. Қолаверса, ушбу сайтни кибермакон имкониятларидан тўла фойдаланаётганлиги, унинг электрон кўриниши бу соҳадаги энг яхши сайтлардан бири, деб ҳисоблашга изн беради.

Юқорида баён этганларимиз босма нашрларнинг электрон кўринишларида кузатилаётган техник имкониятлардан фойдалана олмаслик билан боғлиқ камчиликлар, муаммолардан яна бири уларнинг мазмунига боғлиқдир. Масалан, тармоқдаги материалларда берилаётган маълумотлар, яъни электрон нашрларда тарқатилаётган ахборотларни тўғрилиги, текширилганлиги ва ишончлилигини билдирувчи асоснинг етарли эмаслиги билан боғлиқ.

Босма нашрдаги ҳар бир хабар ёки мақола босқичма-босқич аввал ўша бўлим муҳаррири, кейин масъул котиб, муҳаррирлар сўнг бош муҳаррир назоратидан ўтади ва ҳар бир сўз, жумла, айниқса, фактларнинг аниқлиги ва тўғрилиги имкон қадар текширилади. Глобал тармоқ текширилмаслиги ва тартибга солинмаслиги сабаб аниқлик ва тўғрилик эмас, балки тезкорликнинг биринчи ўринда туриши билан изоҳланади. Қолаверса, уларда муаллиф исмининг кўрсатилмаслиги ёхуд тахаллус билан берилиши нотўғри хабар тарқатган инсонни топиш ишини қийинлаштиради. Шу сабабли ахборот хуружлари ҳам айнан интернет сайтлари орқали амалга оширилади.

Хатоликлар исмлар, жой номлари, саналар, айниқса, рақамларда кўпроқ учрайди. Бироқ ўз аудиториясини юқотишдан қўрқадиган электрон нашрда бу каби хатоликларга камроқ йўл қўйилади. Сабаби нотўғри хабар берилганлиги сезган ўқувчи кейинги сафар ушбу сайтдаги фактларга шубҳа билан қарай бошлайди. Оқибатда у мазкур сайтга яна киришдан воз кечиши мумкин. Аудиторияси ишончини сақлаб қолиш, ўз имиджини

туширмасликка уринган ҳар қандай сайт бераётган ахборот тўғрилиги ва текширилганлигига эътибор қаратади.

Онлайн нашрларда учраётган муаммолардан яна бири 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 ҳуқуқини бузувчиларни топиш ҳамда бу муаммони ҳал этишни яна мураккаблаштиради.

«Маърифат гулшани» номли ижтимоий-маърифий газета Қозоғистонда чоп этиладиган «Робита» газетаси сайтида¹ «Маърифат гулшани» газетасида нашр қилинаётган деярли барча мақолалар муаллифларининг рухсатисиз, айрим мақолаларнинг эса муаллифлари ўзгартирилган ёки муаллиф номи кўрсатилмай берилаётгани ҳақида ўз нашрида маълумот берди². Шунингдек, mgpress.ucoz.org сайти (Қозоғистон сайти)да «Суғдиёна», «Даракчи» газеталаридаги мақолалар муаллифлари ўзгартирилган ҳолда берилганлигини ва мазкур ҳолат юзасидан юртимиздаги тегишли ташкилотларга расмий мурожаат қилганини баён этди³.

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 он-лайн журналисти, малакали мутахассис, журналист одоби ва этик меъёрларга, Ўзбекистон қонунчилигига амал қилувчи шахс бўлишини таъминлаш керак. Қолаверса, электрон нашрларни назорат қилувчи махсус ташкилот ёки кучли тизимни ишлаб чиқиш ва йўлга қўйиш керак.

Муаллифлик ҳуқуқи бузилишига доир бу каби ҳолатлар афсуски тез-тез учраб туради. Бунга ечим топиш, олдини олиш учун ўша сайт, компьютер

¹www.somonyoli.ucoz.ru

²Пасткашларнинг талвасалари. «Маърифат гулшани». 2011 й, 49-сон.

³Ўша нашр, ўша сон.

каршисида ўтириб ёзаётган инсоннинг ҳақиқий он-лайн журналисти, малакали мутахассис, журналист одоби ва этик меъёрларга, Ўзбекистон қонунчилигига амал қилувчи шахс бўлишини таъминлаш 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 билан боғлиқ жуда кўп ҳолатлар кузатилмоқдаки, уни қонунан тартибга солиш ўта мураккаблигини кўриш мумкин. Жамият, инсонларнинг ўзи тўла англаб етган ҳолда жамоатчилик назоратини йўлга қўйиши, асрий анъаналарга амал қилиши 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».

Дарҳақиқат, ушбу ҳикматли гап бугун ҳам ўз қимматини йўқотмаган. Журналистиканинг бир тури сифатида 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 Ислам 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 кафолат бера олади?»¹ дея жон куйдириб гапиришлари бежиз эмас. Компьютер технологиялари ва глобал тармоқ канчалар такомиллашиб боргани сайин уни назорат қилиш имконсиз бўлиб бормоқда. Одоб-ахлоқ меъёрларини чеклаб ўтувчи сайтлар ўзбек йигит-қизлари тарбиясига салбий таъсир кўрсатмаслиги учун қўлланилаётган чоратadbирларни 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 ҳал қилувчи аҳамиятга эга эканидан келиб чиқиб ахборот тизимида миллий хусусиятларнинг ҳар томонлама кенг ва ишончли ифодаланишини таъминлаш зарур»².

Интернет сайтларида этик меъёрларнинг бузилишига хорижий мамлакатларида унчалик аҳамият берилмайди. Лекин сайтларда реклама бериш 1-муҳим омил саналади. Аввало, электрон нашрларда реклама беришнинг аҳамияти ва зарурати нимада эканлигини аниқлаб олсак. «INFOXIZMATI» ташкилоти директори А.Юсупов фикрича, «Сайтда реклама мавжудлиги — бу:

- Тижорат (реклама берувчилар) бозорида фаоллиги, бизнес шаффофлиги кўрсаткичи;
- Медиаконга бўлган талаб кўрсаткичи;
- Сайтда реклама жойлаштиришга масъул ходимнинг муваффақиятли фаолияти кўрсаткичидир»³.

Реклама — сайтнинг молиявий аҳволига кўмаклашувчи ва барқарорлигини таъминловчи омиллардан биридир. У умумий бюджет томондан ҳам, ҳар бир мурожаат нархи жиҳатидан ҳам арзонроқ тушади.

¹Каримов.И. Хавфсизлик ва барқарор тараққиёт йўлида. — Т.: Ўзбекистон, 1998 йил, 6-жилд, -б. 11.

²Каримов Ф. Ахборот тизимида миллий хусусиятлар. Ўзбекистон матбуоти. 2010 й, 6-сон.

³ Юсупов.А. Босма нашрларнинг электрон саҳифалари дизайнининг 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.

Интернет-реклама энг кам маблағбилан ҳам иш бошлаш имконини беради. Интернетда реклама жойлаштиришдан реклама берувчилар ҳам манфаатдор. Зеро, интернет-рекламанинг таъсири бошқа ОАВга нисбатан қараганда анча кучли. Сабаби у мақсадли аудиторияга осон йўналтирилади, таклиф этилаётган маҳсулот ёки хизмат ҳақида тўлароқ тасаввурга эга бўлишга ёрдам беради. Чунки бугунги кунда интернет-реклама матн, графика, аудио ва видео каби қўшимча воситалардан фойдаланган ҳолда тақдим этилиш имконига эга. Глобал тармоқ рекламага зарур бўлганда оператив тарзда ўзгартириш киритиш, уни тўхтатиб қўйиш имконини беради. Бирок кузатувлар шуни кўрсатдики, республикамиздаги босма нашрлар веб-сайтларининг аксари («Халқ сўзи», «Жамият», «Моҳият», «Маҳалла», «Маърифат», «Ўзбекистон овози», ва бошқ.)да реклама берилмаган. Фақат «Тошкент ҳақиқати», «Оила ва жамият» сингари санокли нашр сайтларидагина реклама бериб борилади.

Соф электрон нашрлар орасида эса www.uz24.uz ва www.gazeta.uz сайтларида чиройли, ранг-баранг рекламалар мавжудлигини, www.kun.uz, www.UzDaily.uz ва бошқа сайтларда реклама камроқ берилганлигини кўрдик.

III БОБ. БОСМА НАШРЛАРНИНГ ЭЛЕКТРОН ШАКЛЛАРИ ВА ОНЛАЙН НАШРЛАР РИВОЖЛАНИШИНИНГ ЗАМОНАВИЙ КЎРИНИШЛАРИ

1. Онлайн нашрлар контексти ва уларга қўйиладиган талаблар

Хусусиятларидан қатъий назар ОАВ фаолиятидаги асосий мақсад - коммуникацион маконда ахборот етказиб бериш вазифаси ўзгармай қолади.

Шунингдек, куйидаги журналистик хусусиятларга эга бўлиши:

- ижтимоий воқеликларни ва журналистнинг ижодий «мени»ни акс эттириши;
- ахборот манбаси мақомини олиши;
- у ёки бу коммуникация воситаларини яратади;
- халқаро ва маҳаллий журналистик уюшмалари томонидан қабул қилинган қоида ва меъёрларга риоя қилиш;

Бугунги кунда ёшларнинг 90 фоизи ахборот, маълумот, куйинки, топширикларни бажариш жараёнида интернетга мурожаат қилмоқдалар. Шу маънода глобал маконнинг имкониятлари ва ўзига хосликларини ўрганиш муҳим аҳамиятга эга. Интернетдаги медиани таснифлашда М.М.Лукина интернет тармоғидаги ОАВни куйидаги уч гуруҳга бўлиб ўрганишни таклиф этади: «клонлар», «гибридлар» ва «оригиналлар».¹

Мамлакатимизда интернет тармоғи орқали гиперматн кўринишдаги ижтимоий аҳамиятга эга ахборотларни тарқатиш манбаларини шартли равишда уч гуруҳга ажратиш мумкин. Кипермаконда яратилган ва фақат шу маконда витуал кўринишда мавжуд интернет нашрлари ва анъанавий газеталарнинг электрон шакллари.

Интернетга илк кириб келгани ҳам айнан «клонлар» анъанавий ОАВнинг электрон шакллари ҳисобланади.

«Клонлар» эски типдаги контекстнинг янги кўринишдаги ифодаси бўлиб, тўлақонли интернет ОАВ ҳисоблаш қийин.

¹ М.М.Лукина СМИ в домене Ру: Хроника, цифры и типы / М. М. Лукина // Вестник Московского университета. - Сер. 10. Журналистика. - 2001. - № 6. - Б. 63 - 73.

Мисол сифатида «Халқ сўзи», «Народное слово», «Хуррият» ва бошқа бир қатор анъанавий нашрларни келтириш мумкин.

Эски ОАВ асосий негизларидан фойдаланса ҳам ахборот потенциали ва кадрлар ресурслари, мустақил фаолияти, мунтазам равишда янгилашиб туриши ҳисобига энг юқори даражали Интернет ОАВ бу «Гибридлар»дир.

Улар ўз аждодларидан жуда тезкор ва ўзгачалиги билан фарқ қилса уларни эски контентини сақлаб қолган.

Анъанавий ва янгича ОАВ хусусиятларини бирлаштирган ҳолда фаолият юритаётган «Даракчи», ва «Uzbekistan today» газеталари сайтларини мисол қилиш мумкин.

Нихоят, «оригинал ОАВ» – бу фақат Интернетда яратилган ва ахборотларни Интернет учун ишлаб чиқариш, сақлаш ва тарқатишда тармоқ хусусиятларидан фойдаланадиган, бошқа аналоглари йўқ бўлган Интернет медиадир. Бу янги турдаги медиа ҳисобланиб, мисол сифатида «Kun.uz», «Daryo.uz», «Gazeta.uz» онлайн нашрларини келтиришимиз мумкин.

Юқорида келтирилган классификация айти ишни очиқ беришда муҳим ўрин тутди. Онлайн журналистика – маҳсулотларнинг илгариги ифода услуби ва янгиликларни янгилашдаги йуқори тезлик, сўз ва суратларнинг, босма ва визуаль типдаги контентнинг тўқнашувидир.

Интернетдаги ижтимоий ахборотлар соҳасини ўрганиш ва шакллантириш ва онлайн журналистиканинг ривожланиш истиқболлари тадқиқ этишда муҳим саналади.

Айнан шу йўналиш кўпчилик мутахассиларни кўпроқ қизиқтиб, диққатини тортмоқда бу масала даражада жамиятни ахборот билан таъминлаш муаммоси билан боғлиқ.

Бунга сабаб, кўпчилик ҳолларда жамиятни ахборотлаштириш, шунингдек янги тармоқ технологияларини ривожлантириш жараёни тўлоқонли технологик ва моҳиятига кўра чуқур ижтимоий жараёндир.

Шу сабабли, биз А.Ратикова таклиф қилганидек ахборот билан таъминлашдек глобал жараён хусусиятларини квалификациялашни унга комплекс ижтимоий-технологик революция сифатида қарашимиз ўринлидир.

Ўтказилган тадқиқот таҳлиллари айти хулосаларга олиб келди: чет эл ва мамлакатимиз адабиётида кўп янги масс-медиа, шунингдек интернетда онлайн нашрлар юзага келиши ва ривожланишини очиб берадиган бир қатор нуқтаи назарлар кўп миқдорда ва қизиқарли маълумотлар учрайди.

Бироқ айти вақтда «Ўзнет»даги онлайн нашрлар ҳолати, шунингдек Ўзбекистондаги онлайн журналистика етарлича ўрганилмаган, тадқиқотимизда айти нашрлар мисолида таҳлил, классификация қилишга ва етакчи нашрлари билан таққослаб ўрганишга ҳаракат қилдик.

Мамлакатимизда интернет журналистикасини ўрганаётган мутахассислар электрон нашрларни икки турга бўлишади:

1. Босма ва электрон оммавий ахборот воситаларининг версиялари (www.marifat.uz, www.mtrk.uz, www.grand.uz);
2. Соф интернет-нашрлар: анъанавий ОАВда ўз оригиналига эга бўлмаган ахборот хизматлари ва порталлар¹. Масалан, www.kun.uz, www.kun.uz, www.UzDaily.uz, www.gazeta.uz ва бошқалар.
3. (Баъзи манбаларда учинчи тур сифатида тармоқдаги электрон ваколатхоналар – қонун чиқарувчи органлар, давлат тизимлари, корхоналар, муассасалар, ташкилотлар, ҳаракатлар, партиялар ва бошқаларнинг веб-сайтлари ва порталлари (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. Бугунги кунда ўзбек онлайн-журналистикаси авҳолини қониқарли деб бўлмайди. Тўлақонли маънодаги журналистикагача ҳали жуда кўп қилинадиган ишлар бор. Умуман олганда, бу соҳанинг

¹Рашидова Д. Интернет журналистика.– Т.:Журналистларни қайта тайёрлаш халқаро маркази, 2007. 42-б.

охирига ҳали ҳеч ким етиб бормаган. Ўзбекистон интернет маконида ўзбекча онлайн-нашрлар сони жуда кам, борлари ҳам ҳаддан ташқари расмий, ўқиш қийин бўлган манбалар ҳисобланади.

Контент эса асосан таржима орвали тўлдирилади. Асосан русча, кундакунора инглизча манбалардан таржимала бериб борилади. Ачинарлиси, баъзан Ўзбекистон давлат органлари (масалан, ТИВ) ахборотларидан таржима қилиб берилади. Шунингдек, француз, араб ва бошқа тиллардан ҳам таржималар – аслида рус ёки инглиз тилидан таржималар жойлаштириб борилади .

Kun.uz интернет нашри мисолида ўрганадиган бўлсак, контентнинг ўзига хослигини бу ҳар бир хабарда манба борлигидир. Манбага жонли хавола (hyperlink) берилган.

Kun.uz да асосан ЎЗА, Туркистон-пресс, Халқ сўзи ва бошқа ўзбекча газеталарнинг сайтлари, Daryo.Uz (ва онда-сонда ўзбекчада шов-шувли ёзадиган ҳамма ўзбекча сайтлар), вазирлик, идора ва ташкилотларнинг

ўзбекча ахборотларидан маъба кўрсатилиб (копи-паст) хабарлар берилади.

Ҳар бир хабарда манба кўсатиш, гиперматнлардан фойдаланиш тажрибасини Россиянинг оммабоп интернет нашри “lenta.ru” фаолиятида ўзига хос ўрин тутди.



“Kun.uz” да ва бошқа ўзбекча

нашрларда (русчаларида эмас) контент тўрт хил йўл билан шакллантирилади.

Умуман олганда, ҳозир бутун дунёда шундай:

- 1) Таржима
- 2) Копи-паст (манба кўрсатиб кўчириш)
- 3) Ижтимоий тармоқлар (ОАВга айланаётган пабликлар)

4) Эксклюзивлар (камёб ходиса)

“Лента.ру” нашрининг энг яхши анъаналари бири – ахборотда кайсидир саволлар очик қолган бўлса, ўша савол очик қолгани ҳақида хабар берилади – “фалон нарса дейилган, лекин қандай бўлгани ҳақида маълумот берилмаган”.

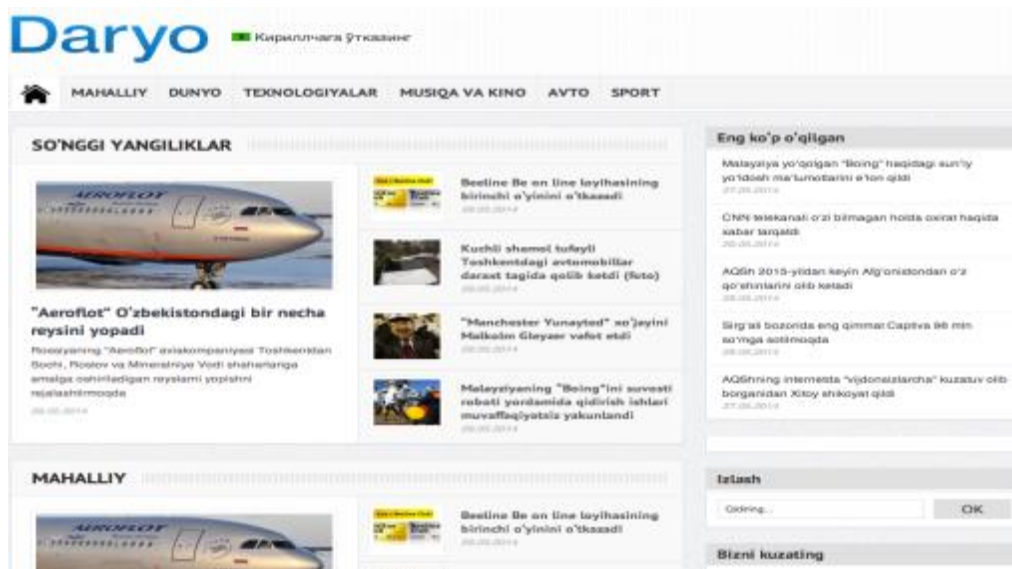
Рақамларга эътибор берсак, “Kun.uz” нашрида шу кунгача Ўзбекистон ва жаҳон ҳаётига оид 6,5 мингта материал эълон қилинган.

Сайтга 2012 йил январидан бери ташриф буюрган ташрифчилар сони 3,36 миллиондан ошган, улар томонидан 11 миллиондан ортиқ саҳифа кўрилган.

№	Название	Хосты	Хиты
6. ▲ 2	Газета.uz - Новости Узбекистана ^{Tas-IX}	9 265	47 718
8. ▲ 3	Afisha.uz - Афиша Ташкента ^{Tas-IX}	7 228	63 130
9. ▲ 1	Daryo — новости на узбекском ^{Tas-IX}	6 899	71 930
12. ■	Kun.Uz - новости Узбекистана и мира	5 449	39 812
19. ▲ 1	Новости Узбекистана - podrobno.uz	4 844	16 034
21. ▲ 12	uz24.uz — информационный портал ^{Tas-IX}	4 464	16 732
23. ▼ 7	BePuL.NeT — свежие новости	4 435	19 175
28. ■	Информационно-развлекательный портал "Даракчи" ^{Tas-IX}	3 929	25 748
47. ▼ 1	12news.uz - Новостное агентство ^{Tas-IX}	2 913	9 080
49. ▲ 16	Anhor.uz - Новости, события, мнения ^{Tas-IX}	2 831	9 267
57. ▼ 5	Вся информация об автомобиле в Узбекистане ^{Tas-IX}	2 538	9 948
58. ▼ 3	ANONS.UZ - Новости Узбекистана ^{Tas-IX}	2 464	6 180
65. ▼ 18	Национальная телерадиокомпания Узбекистана ^{Tas-IX}	2 245	4 075
99. ▲ 1	Publika.uz - Все новости для всех	1 082	2 057
101. ▲ 11	Журнал "Согдиана" ^{Tas-IX}	1 070	4 345
138. ▲ 15	Независимая еженедельная газета Новый Век ^{Tas-IX}	733	2 063
139. ▲ 12	Бесплатное онлайн радио в TAS-IX ^{Tas-IX}	721	1 437
150. ▼ 4	Myday.uz - Уникальный поиск развлечений Узбекистана с известными людьми ^{Tas-IX}	656	7 427

“Kun.uz ” нашри ўз фаолиятини дастлаб лотин ёзувида бошлаган. 2012 йил кузида Ўзбекистон миллий ахборот агентлиги кирилл алифбосидаги вариантини ишга туширди. ЎЗА кейин, “Kun.uz” ҳам лотин ёзувини ташлаб, кирилл ёзувига ўтди.

- Лотин ёзувида фаолиятини бошлаган “Daryo.uz” нашри 2014 йил баҳорида кириллча версияни (авто-транслитерация) йўлга қўйди.



Интернет — жанр ҳақидаги тушунчаларни ўзгартириб юборяпти. Баъзи 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»¹.

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 берсада, ўша макондан унумли фойдаланиш, жанр хусусиятларини сақлаб қолиш масъулиятини юклайди.

Бугунги кунда инсонларнинг ахборотга олишга бўлган талаби ошиб бормоқда. Шу сабаб он-лайн журналистлар ва интернет аудиторияси ўртасида янгиликлар, яъни информацион жанрларнинг ортиб бораётганини кўриш мумкин. www.kun.uz, www.kun.uz, www.UzDaily.uz, www.gazeta.uz

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

каби электрон нашрлар айнан ахборот жанридаги материалларни беради ва бу сайтлар топ-рейтингнинг олди қаторларида туришади. Масалан, www.kun.uz сайтига бир кунда ўртача 20 тадан 30 тагача хабар қўйилади. Сайтлар топ-рейтингининг 2-ўрнида турган ушбу сайтга бир кунда 16574 нафар фойдаланувчи ташриф буюради¹.

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-ходисалар тўғрисидаги чет эл матбуотида берилган мақолаларни шарҳлашга бағишланган сайтдаги² шарҳларни ўқиш учун бир кунда 15570 киши (12.04.2013 ҳолати) киради.

Қолаверса, сайтлардаги мақолаларга ўқувчи ўз фикрини ёзиб қолдириш (комментарийлар) имкони шарҳ жанри элементлари оммалашиб бориши, шарҳлаш журналистикаси янги қиёфада намоён бўлишига олиб келмоқда. Сўнгги вақтлар мамлакатимизда он-лайн анжуман, мулоқотлар ўтказиш кенг тус олмоқда. «Ўзбекистон маданияти ва санъати форуми» жамғармаси ҳар йили ўтказадиган ҳисобот он-лайн мулоқоти, www.uzedu.uz сайтида Халқ таълими вазирлиги олиб борадиган он-лайн мулоқотлар, шунингдек, «Камолот» ЁИХ томонидан «Мустақкам оила йили»га бағишлаб ўтказилаётган он-лайн 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-ходисаларни мунтазам кузатиб, кетма-кет

¹ www.uz

² www.inopressa.ru

тадрижий ривожланишини бериш, унга доир хабарларни тезкор янгилаб туриш – кучайиб бормоқда. Масалан, www.kun.uz сайтида Франциянинг Тулуза шаҳрида террорчи Мера Мухаммадни тутиш ва унинг ўлдирилиши билан боғлиқ хабарлар 2 кун давомида (20.03-22.03.2012) кетма-кет бериб борилди.

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»¹.

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

Интернет журналистика соҳасида биз санаб ўтган ва шу каби бошқа муаммолар, хусусан, яхши мутахассислар, юқори билим ва малакага эга интернет журналистлари етишмаётгани сабаб юзага келмоқда. «Журналист кадрлар илк газеталар нашр этилгандан 2 аср ўтгачгина тайёрлана бошланди. Бу заруратни матбуотнинг кўпайиб бориши ва таъсири кучайиб бориши, фақат янгиликлар эмас, таҳлилий материаллар, профессионал шарҳларга бўлган талабнинг ортиши ҳам белгилаб берди»². Он-лайн журналистика ривожланиб борар экан, интернет журналистларига бўлган эҳтиёж ҳам ортиб бораверади ва айтиш мумкин уларга катта талаб кўяди. Интернет журналистларнинг ОАВнинг бошқа турларида хизмат қилаётган журналистлардан фарқи шундаки, у бир вақтда телевидение, радио ва босма нашр журналисти хусусиятларини ўзида жамламоғи керак. Глобал тармоқ

¹Рашидова Д. Интернет журналистика.– Т.:Журналистларни қайта тайёрлаш халқаро маркази, 2007. 57-б.

²Пронин Е., Пронина Е. Атиномия – 2000(NET – мышление как публичная субъективность и как массовая установка. Вестник Моск. университета. Сер 10. Журналистика. 2001. №1. с 40.)

журналисти ахборот беради, мамлакатимиз ва дунёда рўй бераётган воқеа-ходисаларга муносабат билдиради, ўз баҳосини беради, ҳам ўша хабарни сурат билан бойитади. Интернет журналисти аудиторияга яқин бўлиши, уни нима қизиқтиришини, у учун қайси мавзулар долзарб эканини билиши, баъзи муҳим мавзуларни олдиндан сезиши лозим.

Интернет фойдаланувчиси эътиборини тортиш, унинг бошқа сайтларга ўтиб кетмаслигини таъминлаш учун он-лайн журналистидан юксак маҳорат сўралади. Ёзган ҳар қандай хабар ёки мақоласининг сарлавҳаси, дастлабки 100 та сўзи, ёнида берган фотосурати (бунда журналистдан фотоаппарат билан ишлай олиш кўникмасига ҳам эга бўлиши талаб қилинади) ўқувчида қизиқиш уйғота олишига эришиш, шу орқали сайт рейтинги, унга ташриф буюрувчилар сонини ошириш мумкин.

Тадқиқотчилар интернет журналисти эга бўлиши керак бўлган сифатлар устида бош қотириб, турли хулосаларга келмоқда. Масалан, филология фанлари номзоди Наргис Қосимова интернет журналистининг 12 қоидаси сифатида қуйидагиларни келтиради:

- «Аниқ нарса ҳақида гапириш;
- Тайёрланиш ва эшитиш;
- Саволларни маълум шаклга солиш;
- Тинглай олиш;
- Интревьюнинг 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»¹.

Рус тадқиқотчиларидан Александр Амзин ўзининг «Янгиликлар интернет журналистикаси» китобида он-лайн журналистининг 140 қондасини 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 ссылқалар 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»².

Мирзо Улуғбек номидаги Ўзбекистон Миллий университети ва Ўзбекистон Давлат жаон тиллари университетининг халқаро журналистика факультетида Интернет журналистика кафедралари бор ва бу олий ўқув юртларидан интернет журналистлари ҳам етишиб чиқадилар. Муҳими, уларнинг малақасини ошириш масаласига ҳам эътибор қаратиш керак. Бу борада Журналистларни қайта тайёрлаш халқаро маркази³ турли семинар ва тренинглр ўтказиш орқали яхши натижаларга эришмоқда.

Шунингдек, интернет журналистларини қўллаб-қувватлаш ва рағбатлантириш мақсадида улар орасида турли танловларнинг ўтказилиши ҳам қувонарли ҳол. Журналистика соҳасидаги миллий мукофотлардан бири

¹Қосимова Н. Интернет журналистиканинг технологик асослари.–Т.: Интернет журналистиканинг технологик асослари.– Т.: Ўзбекистон мустақил босма оммавий ахборот воситалари ва ахборот агентликларини қўллаб-қувватлаш ва ривожлантириш жамоат фонди, 2012.61-б.

²www.mediart.ru

³www.uzjournal.uz

«Олтин қалам» номинациялари орасида «Интернетда эълон қилинган энг яхши журналистик материал учун» борлиги интернет журналистлари ўртасида ижодий рақобатни юзага келтириб, уларнинг ўз устида ишлашига тўртки бўлса ажаб эмас.

Юқорида баён этганларимиз ва ўрганганларимиз бизни шундай хулоса қилишга ундайди:

Мамлакатмизда интернет журналистикаси ривожланишига катта эътибор қаратилиб, қатор ишлар амалга оширилмоқда. Шунга қарамай босма нашр электрон версияларининг аксарияти глобал тармоқ имкониятларидан тўла фойдаланмайди.

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

Айрим сайтларда суратлар, рекламалар ва бошқа қўшимча воситалар умуман берилмайди.

Мамлакатимиздаги босма нашр сайтларида мавжуд муаммоларнинг ечими сифатида қуйидагиларни таклиф этиш мумкин:

Аввало, муҳаррирнинг бу масалага юзаки қарамаслиги, газета интернет оламида ҳам ўз ўрнига эга бўлиши аҳамиятини тушуниш.

Сайт устида фақат биргина ходим эмас, бир неча киши (бош муҳаррир, бадиий муҳаррир, мусахҳих, дизайнер ва бошқ.) иш олиб бориши.

Техник имкониятлардан фойдаланиш, реклама берувчиларни жалб этган ҳолда сайтнинг молиявий барқарорлигини таъминлаш, интернет аудиториясини жалб этиш масалаларини ишлаб чиқиш, бу борада чет эл тажрибасини ўрганиш.

Миллий кадриятлар, тарихий мерос бугунги фан, санъат ва адабиётимизнинг энг яхши намуналарини глобал ахборот тизимида намоён этиш, унда миллий ғоя, миллий манфаатларимизга мос бўлган маълумотлар базасини яратишга доир дастурлар ишлаб чиқиш ва жорий этиш зарур.

2. Босма нашрларнинг электрон шакллари яратилишининг зарурати ва муаммолари

Интернет журналистиканинг пайдо бўлиши ва тез суръатлар билан ривожланиши унинг ижодий ходимлари, журналистлар – «қалам аҳли»га янги имкониятлар, қулайликлар тақдим этди. Аммо интернет журналистининг қуроли фақат сўз эмас. Энди у ўз ижод маҳсулини чегараланмаган 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 камраб ололмаган имкониятларга эга бўлди. Улардан биринчиси мультимедиа имкониятларидир.

Мультимедиа (инглизча «multi» – «кўп» ва «media» – «тарқатувчи», «муҳит» сўзларидан олинган¹) – замонавий дастур ва техника воситалари ёрдамида матн, овоз, графика, фото ва видеоларни жамловчи аудиовизуал технология². Яъни, уни матн, расм, овоз, видео тасвирларнинг камида иккитаси бирлашган ҳолда ахборот узатиш, 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 матндир. 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

¹ www.russianpromo.ru/glossary

² ru.wikipedia.org/wiki

ва бошқа қўшимча маълумотлар берилган бўлади. Мисол тариқасида электрон нашрлардан бирида берилган қуйидаги матнни 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](#)»¹.

Суратлар². Бугунги электрон нашрларда энг кўп қўлланилувчи мультимедиа воситалардан бири. 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 видеолавҳаларни ҳаваскор видеоаппарат ёки уяли телефонда олиш имконияти видеоматериалларнинг ортиши ва уларга бўлган қизиқиш кучайишига сабаб бўлмоқда. Аммо видеолавҳа киритилган саҳифани очиш ва юклаш қийинчилик туғдиради.

Анимация. Бу бир неча расмларнинг прогрессив тарзда ишлатилиши ва ҳаракатни келтириб чиқаришидир. Кўпгина сайтларда ундан маълумотлар

¹www.kun.uz/2012/03/27/library

²Сурат www.darakchi.uz сайтидан олинган.

лентасини алмашиб турувчи суратлар орқали беришда кенг қўлланилади. «Айни пайтда интернетдаги 88 фоиз веб-саҳифаларда анимациялардан фойдаланилади»¹.

Ўзбекистондаги мультимедиа имкониятларидан самарали фойдалаётган соф электрон нашрлардан бири www.kun.uz дир. Сайт дизайни, тежамкорлиги, тезкор янгилашиб туриладиган рукнлари, хилма хил саҳифалари, нафақат фотосурат ва фоторепортажлар билан ҳам аҳамиятлидир. Шунингдек, сайтда алмашиниб турувчи анимацион реклама қаторлар мавжуд.

Масаланинг яна бир томони борки, саҳифада бир нечта мультимедиа воситаларини қўллаш саҳифани очиш ва унда ишлаш тезлигини камайтиради. Сайтга қўйилаётган ҳар бир материал қайта ишланиб, фойдаланишга қулай бўлагн форматда берилиши, сурат ва тасвирлар жуда «оғир» бўлмаслиги (тармоқда битта фотосурат юкланиши учун 15 секунддан кўп вақт кетмаслиги) керак»² Шунини инобатга олган ҳолда электрон нашрлар фойдаланушига осон бўлиши учун улардан тежамли фойдаланишга ҳаракат қилиши лозим.

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

«**Интерактивлик**» сўзининг луғавий маъносида (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»³. Интернетнинг интерактив воситаларига бир қанча мисоллар келтириш мумкин. Асосийлари қуйидагилар:

- «Форум;
- Меҳмонлар китоби;
- Сўровлар;

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

²Ворошилов В. Журналистика. М., 2010. С 149.

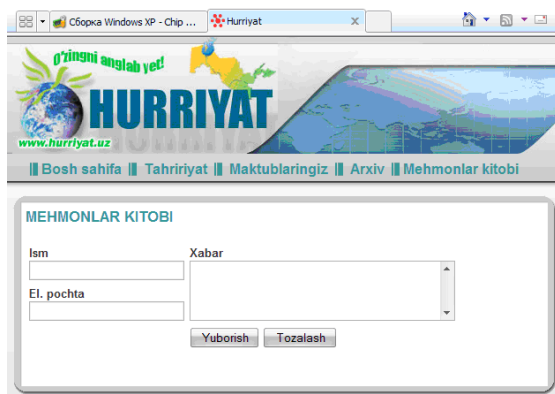
³Ортиқова Ю. Интреактив журналистика. —Т.:MUMTOZ SO'Z. 2011. 6-б.

- Муаллифнинг э-почтаси»¹.

Сўров — сайт аъзолари ва фойдаланувчилар ўртасида у ёки бу мавзуда ўтказилувчи савол-жавобдир. Босма нашрлардан бирининг электрон сайтида берилган сўровномани мисол тариқасида келтирамиз: «Darakchi.uz сайтида қандай рукндаги мақолалар кўпроқ берилишини истайсиз?

- Маҳаллий ва хорижий хабарлар
- Долзарб мавзулар
- Шоу-бизнес»²

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 мақолагадаги у ёки бу фикрга аҳолининг муносабатини аниқлаш, статистик маълумотлар йиғишда ёрдам беради. Хусусан, «Аргументы и факты» газетасининг веб-сайтида³ турли мавзудаги интернет-сўровлар ўтказилади ва газетанинг деярли ҳар бир сонидан ўртача 5 тадан интернет-сўров(опрос) 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, «Жамият» газетасининг веб-нашри⁴даги «Меҳмонлар китоби»

қуйидаги кўринишга эга.

Шарҳ қолдириш — интерактивликнинг энг ёрқин намуналаридан бири бўлиб, бу хизмат деярли барча сайтларда йўлга қўйилган. Бунда материал

¹Кудратхўжаев Ш. XXI асрда ким етакчи бўлади? Ўзбекистон матбуоти. 2010. 6-сон.

²www.darakchi.uz

³www.aif.ru

⁴www.jamiyatgzt.uz

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 интернетга тенг келадиган рақобатчи йўқ. «2012-2014 йилларга мўлжалланган «Ахборот коммуникация технологияларини жорий этиш ва ривожлантириш дастури»га кўра, мамлакатимизда аҳолининг интернет тармоғига уланиш тезлиги 2 баравар ошиши, нархи эса 25 фоизга пасайиши режалаштирилган»¹.

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.

Марказлашмагани (децентрализация). Бу ҳақда рус тадқиқотчиларидан бири С.Машкова шундай ёзади: «Интернет тармоғи ривожини, ундаги ахборот ресурсларига киритилган информация мазмунини назорат қилувчи марказлашган тизим мавжуд эмас»².

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.

¹www.olam.uz – 4.04.2012

²Машкова С. Интернет журналистика. – Тамбов.: Издательство ТГТУ. 2006. С 11.

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 — уна 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 архив бўлиmidан тезликда излаб топиши мумкин. Масалан, «Ma'rifat» газетасининг он-лайн шаклида¹ги архив бўлиmidа 2006 йилдан буён нашр этилган мақолалар сақланади. Керакли материални топиш

учун архив саҳифасидаги махсус жойда сана, рукн, бўлим номи танланиб, кидирув эълон қилинади.

Махсус лойиҳалар. «Катта қизиқиш ва эътиборга сазовор бўлган ва таҳририятда унга бағишланган мақолалар кўп бўлганда»² 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-сайтида³ «АиФ. Доброе сердце» хайрия фонди учун «Пожертвование»(эхсон) тугмаси ташкил этилган. Хайрия қилишни истаган киши сичқончанинг биргина тугмаси билан хоҳлаган микдордаги маблағни фонд ҳисобига ўтказиши мумкин.

¹ www.marifat.uz

² Қосимова Н. Интернет журналистиканинг технологик асослари.—Т.: Интернет журналистиканинг технологик асослари.— Т.: Ўзбекистон мустақил босма оммавий ахборот воситалари ва ахборот агентликларини қўллаб-қувватлаш ва ривожлантириш жамоат фонди, 2012. 60-б.

³ www.aif.ru

Блоглар. Ҳозирда махсус блог сайтларидан ташқари айрим босма нашрларнинг он-лайн шакли ва соф электрон нашрларда блоглар йўлга кўйилганига гувоҳ бўлмоқдамиз. Кўпчилик бугунги замонавий журналистнинг, албатта, ўз шахсий блоги бўлиши керак, деб ҳисоблайди. Блог ўзи нима? Блог — «фикрлар, шарҳлар ва гиперҳаволалар мавжуд бўлган шахсий кундалик»¹ 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»². 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 этиши, бошқаларнинг шу мавзу юзасидан фикрини билиши, фикр алмашиш имконини беради. Масалан, «Экономическое обозрение» журнали блог бўлими³ 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. Соф электрон нашрлар ичида www.kun.uz ҳам блог бўлимига эга. Унда исталган киши блог очиши ва хоҳлаган мавзудаги фикр-мулоҳазаларини ёзиб бориши мумкин.

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 Монтолью шундай фикр билдиради: «Madridiario.esнинг босма нашри

¹Рашидова Д. Интернет журналистика.— Т.:Журналистларни қайта тайёрлаш халқаро маркази, 2007. 23-б.

²ru.wikipedia.org/wiki

³www.blog.cer.uz

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»¹.

Интернет журналистика келажаги ва истиқболи ҳақида гапирар эканмиз, у вақт ўтган сайин ривожланиб, такомиллашиб, аудиторияси кенгайиб, оммаллашиб бораётганини таъкидлаш лозим. Интернет дунёнинг 96 мамлакатада ўзининг 40 миллион фойдаланувчисига эга². Ўзбекистонда ҳам интернет аудиториясининг кескин ўсганлиги кузатилса-да, Uznet сайтларига кирувчилар сони жуда кам, улар аҳоли умумий сонининг бир неча фоизларини ташкил этади холос. Шунингдек, мамлакатимизда ўз веб кўринишига эга бўлган босма нашрлар сони ҳам ортаётир. Қолаверса, уларнинг ҳуқуқий асоси ҳам такомиллашиб бормоқда. 2007 йил янги тахрирда қабул қилинган «Оммавий ахборот воситалари тўғрисида»ги қонунга кўра, энди «...умумфойдаланишдаги телекоммуникация тармоқларидаги веб- сайтлар» (4-модда) ҳам оммавий ахборот воситаси ҳисобланади, «...тегишли даврий босма нашрнинг босма ва электрон шакллариининг мазмуни айнан бир хил бўлган ҳамда қонун ҳужжатлари талабларига риоя этилган тақдирда, даврий босма нашр тахририяти даврий босма нашрнинг электрон шаклини мустақил оммавий ахборот воситаси сифатида рўйхатдан ўтказмасдан тарқатишга ҳақлидир» (27-модда)³. Давлатимиз раҳбари Ислоҳ Каримов 2009 йил 27 июнда «Матбуот ва оммавий ахборот воситалари ходимларига» йўллаган табригида шундай дейди: «Шуни қайд этиш керакки, бугунги кунда ахборот тарқатишнинг тезкор усули бўлмиш интернет журналистикасини ривожлантириш бўйича ҳам кенг ишлар олиб борилмоқда. Бунинг исботини юртимиздаги юздан

¹Монтольо П. Доступ к электронной прессе должен быть свободным. Журналист. 2007. №8.

² История организации и принципы функционирования глобальной компьютерной сети интернет. Роль и значение современных информационных технологий в государственном управлении. UZINFOCOM.– Т.,С 7.

³www.lex.uz

ортиқ ОАВларнинг ўз веб сайтыга эга экани, олий ўқув юртларида интернет журналистикаси бўйича махсус фанлар ўқитилаётгани, шу йўналишда ижод қилаётган журналистлар сони тобора кўпайиб бораётганлиги мисолида яққол кўриш мумкин»¹. 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: қоғозда 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»², - дея ўз фикрини билдиради.

Юқорида глобал тармоқ имкониятлари, электрон нашрларнинг ўзига хос жиҳатлари ва афзалликларини санаб ўтдик. Хулоса қилиб айтиш жоизки:

Электрон нашрларда қўллаш мумкин бўлган қатор мультимедиа имкониятлари мавжуд. Биргина гиперматн ва унда ҳаволалар берилиши керакли қўшимча ахборот (диаграмма, сурат, жадвал ва бошқ.) жойлаштиришни таъминлайди. Афсуски мамлакатимиздаги кўпгина босма нашрларнинг он-лайн 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.

¹Халқ сўзи. 2009, 27 июнь.

²Қудратхўжаев Ш. XXI асрда ким етакчи бўлади? Ўзбекистон матбуоти. 2010. 6-сон.

Мультимедианинг аудио ва видео имкониятлари энг таъсирчан воситалар бўлса-да, улардан мамлакатимиздаги санокли электрон нашрларгина фойдаланади. Видеоангиликлардан имкон қатор кенгрок фойдаланишни йўлга қўйиш лозим.

Интернет журналистиканинг бошқа ОАВлардан асосий устунликларидан яна бири — унда интерактивликнинг кенг намоён бўлишидир. У фойдаланувчига қулайлик туғдиради ва у билан интернет (электрон нашр, муаллиф) ўртасида тезкор алоқа ўрнатиш, фикр алмашиш имконини беради. Ўзбекистондаги аксарият электрон нашрлар интерактив воситалардан самарали фойдаланаётгани қувонарли ҳол.

Электрон нашрни юритиш арзон тушса-да, ундаги асосий даромад манбаи рекламадир. Ўзбекистондаги босма нашр электрон сайтларига кўп сонли фойдаланувчилар кирмаслиги реклама берувчиларни уларда реклама беришдан тўхтатиб турибди.

Интернет журналистика истиқболини деярли барча порлоқ, деб ҳисоблайди. Ҳақиқатан порлоқ бўлиши учун уни мазмунан бойитиш, фақат ахборот эмас, маънавий озуқа олиш манбасига айлантириш кераклигини унутмаслик лозим. Бу олдимизда турган муҳим вазифалардан биридир.

ХУЛОСА

Оммавий ахборот воситалари жамият ва давлат ҳаётида, инсонларнинг ахборот олишга бўлган эҳтиёжини қондириш, маънавий озуқа олишда етакчи куч, асосий восита ҳисобланади. Айниқса, интернет журналистикаси пайдо бўлиб, ривожланиб, онлайн 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. Қулайликларини 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 истикболи, 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. Босма нашрларнинг электрон шакллари тез-тез янгиланиб турилмайди, улардаги рукнларнинг айримлари амалда фаолият юритмайди, мақолалар интернет аудиторияси ҳисобга 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 тўлаллигича фаолият юритмаётганлигига гувоҳ бўлдик.

5. Тадқиқот давомида ўрганилган 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. Хусусан, глобал тармоқда информацион 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.

Юқорида санаб ўтилган камчиликларни ечими сифатида қуйидагиларни тақлиф этиш мумкин.

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

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

3. 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.

4. Сайтлар ижтимоий тармоқлар билан алоқада бўлиши, уларда ўз саҳифаларига эга бўлиши; сайтдаги хабарларни тезкор янгилаб туриш, хабарларнинг тўғри, ишончли, холис ва текширилганлигига ишонч ҳосил қилиш; сайтдаги материалларнинг бир неча тилда бўлишига эришиш даркор.

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

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

2. Интернет журналистларида жанр борасида ҳам биқиклик кузатилади. Хабар, кичик мақолалар билан чекланмасдан, балки танқидий-тахлилий

материаллар, шарҳлар, ўткир фельетон ва очеркларни жумлаган рубрикаларни ҳам қўшиши мақсадга мувофиқ.

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

4. Қолаверса, интернет сайтлари қошида амалиёт машғулоти, маҳорат мактабларини ташкил этиш мақсадга мувофиқ.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

I. Ўзбекистон Республикаси қонунлари

- 1.1. Оммавий ахборот воситалари тўғрисида. Ўзбекистон Республикаси Қонуни (янги таҳрирда). 2007 йил 16 январда қабулқилинган.// Ўзбекистон Республикаси қонунлари тўплами. Расмий нашр. 2007. – №3.
- 1.2. Алоқа тўғрисида. Ўзбекистон Республикаси Қонуни. 1992 йил қабул қилинган.// Ўзбекистон Республикаси қонунлари тўплами. Расмий нашр. 1992. – №5.
- 1.3. Алоқалаштириш тўғрисида. Ўзбекистон Республикаси Қонуни. 1993 йил қабул қилинган.// Ўзбекистон Республикаси қонунлари тўплами. Расмий нашр. 1993. – №3.
- 1.4. ЭҲМ ва маълумотлар базаси учун дастурларни ҳуқуқий ҳимоялаш тўғрисида. Ўзбекистон Республикаси Қонуни. 1994 йил қабул қилинган.

II. Ўзбекистон Республикаси Президенти И.А.Каримовнинг асарлари

- 2.1. Каримов И.А. Тинчлик ва хавфсизлигимиз ўз куч-қудратимизга, ҳамжиҳатлигимиз ва қатъий иродамизга боғлиқ. – Т.: Ўзбекистон, 2004.
- 2.2. Каримов И.А. Юксак маънавият енгилмас куч. – Т.: Маънавият, 2008.

2.3. Каримов И.А. Энг асосий мезон - ҳаёт ҳақиқатини акс эттириш.// Ватанимизнинг босқичма - босқич ва барқарор ривожланишини таъминлаш - бизнинг олий мақсадимиз. Т.17. - Т.: Ўзбекистон, 2009.

2.4. Каримов И.А. Матбуот ва оммавий ахборот воситалари ходимларига.// Халқ сўзи, 2009 йил 27 июнь.

2.5. Каримов И.А. Матбуот ва оммавий ахборот воситалари ходимларига.//Халқ сўзи, 2011 йил 27 июнь.

III. Асосий адабиётлар

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

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

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

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

3.5. Мутовкин Л. Дизайн и имидж газеты. – Омск, 2005.

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

3.7. Ортиқова Ю. Интерактив журналистика. – Т.: MUMTOZ SO'Z, 2011.

3.8. Подурец М. Журналист в Интернете: учебное пособие. – М., 2002.

3.9. Рашидова Д. Интернет в Узбекистане: возможности и проблемы. - Т.: Zar-Qalam. 2003.

- 3.10. Рашидова Д., Азимов Ж. СМИ в Интернет и освещение законодательной деятельности Интернет журналистикой. Метод. пособие. - Т.: 2006.
- 3.11. Рашидова Д., Муратова Н. Интернет журналистика. - Т.: Международный Центр переподготовки журналистов, 2007.
- 3.12. Рашидова Д. Особенности формирования интернетовской журналистики и специфика Интернет в качестве глобального СМИ. – Т.: ЎзМУ, 2002.
- 3.13. Реддик Р., Кинг Э. Журналистика в стиле on-line. Перевод с англ. – М.,1999.
- 3.14. Тулупов В. Репутация Российской прессы. Средство Массовой информации в современном мире. – СПб., 2001.
- 3.15. Қосимова Н. Интернет журналистиканинг технологик асослари. – Т.: Ўзбекистон мустақил босма оммавий ахборот воситалари ва ахборот агентликларини қўллаб-қувватлаш ва ривожлантириш жамоат фонди, 2012.
- 3.16. Қудратхўжаев Ш. Интернет: тарихи, тузилиши, техник хавфсизлик. Ўқув-услугий қўлланма. – Т.: Ўзбекистон, 2011.
- 3.17. Dominick J. The Dynamics of mass communication. – New York, 1996.
- 3.18. Jonathan Dube. On-line storytelling forms - www.cyberjournalist.net
- 3.19. Laura Ruel and Nora Paul. Multimedia storytelling: when is it worth it? - www.ojr.com (12.02.2007); Nora Paul. «New News» retrospective: Is online news reaching its potential? - www.ojr.com (24.03.2005).
- 3.20. Ray G.Rosales The Elements of Online Journalism. iUniverse, inc. - New York Lincoln Shanghai. 2006. – С.68.

IV. Қўшимча адабиётлар

- 4.1. Дўстқораев Б. Ўзбекистон журналистикаси тарихи. – Т.: Гафур Ғулом номидаги нашриёт-матбаа ижодий уйи, 2009.
- 4.2. Дўстмуҳаммад Х. Журналистнинг касб одоби муаммолари: назарий-методологик таҳлил. Монография. – Т.: Янги аср авлоди, 2007.
- 4.3. Нестеренко Ф., Казем М. ва бошқалар. Луғат-маълумотнома: журналистика, реклама, паблик рилейшнз. 1700 та атама. – Т., 2003.

V. Даврий нашрлар, статистик тўпламлар ва ҳисоботлар

- 5.1. Каримов Ф. Ахборот тизимида миллий хусусиятлар//Ўзбекистон матбуоти. 2010. – 6-сон.
- 5.2. Қудратходжаев 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.
- 5.3. Монтолью П. Доступ к электронной прессе должен быть свободным// Журналист. 2007. – №8.
- 5.4. Пронин Е., Пронина Е. Атиномия – 2000 (NET – мышление как публичная субъективность и как массовая установка. Вестник Моск. университета. Сер 10. Журналистика. 2001. №1.)
- 5.5. Қудратхўжаев Ш. XXI асрда ким етакчи бўлади? //Ўзбекистон матбуоти. 2010. – 6-сон.
- 5.6. История организации и принципы функционирования глобальной компьютерной сети интернет. Роль и значение современных информационных технологий в государственном управлении. UZINFOCOM. – Т. 2008.
- 5.7. 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.

VI. Интернет манбалар

- 6.1. www.lex.uz
- 6.2. www.uz
- 6.3. www.mmf.uz
- 6.4. www.inopressa.ru
- 6.5. www.uzjournal.uz
- 6.6. www.mediart.ru
- 6.7. www.journalism.ru
- 6.8. www.revolution.allbest.ru
- 6.9. www.guzey.com
- 6.10. www.zhurnal.ru
- 6.11. www.aif.ru
- 6.12. www.iht.com
- 6.13. www.people.com.cn
- 6.14. www.kun.uz
- 6.15. www.gazeta.uz
- 6.16. www.podrobno.uz

6.17. www.uzdaily.uz