

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

**МИРЗО УЛУҒБЕК НОМИДАГИ ЎЗБЕКИСТОН МИЛЛИЙ
УНИВЕРСИТЕТИ**

ЖУРНАЛИСТИКА ФАКУЛЬТЕТИ

**“ИНТЕРНЕТ ЖУРНАЛИСТИКА НАЗАРИЯСИ ВА АМАЛИЁТИ”
КАФЕДРАСИ**

Норбобоева Чарос Дўстбобо қизи

“ЎЗБЕКИСТОН МАТБУОТИ ИНТЕРНЕТДА”

5220100 – Журналистика

Бакалавр даражасини олиш учун ёзилган

МАЛАКАВИЙ БИТИРУВ ИШИ

Илмий раҳбар:

ф.ф.н.Н.Ф.Муратова

Тошкент - 2013

Мундарижа:

Кириш.....	3-5
I БОБ. Ўзбекистонда анъанавий газета ва интернет	
1.1. Ўзбекистон матбуотининг Интернетга кириб келиши: тарихий жараён.....	6-14
1.2. Матбуот е-нусхаларининг дизайн-архитектураси ва уларга қўйиладиган талаблар.....	15-23
II БОБ. Интернетдаги газеталарнинг хусусиятлари	
2.1 Интернетда газета ва мақолаларни узатиш усуллари.....	24-30
2.2. Интерактивлик имкониятларининг Интернетдаги матбуот нашрларида қўлланилиши ва имкониятлари.....	31-40
Хулоса.....	41-45
Фойдаланилган адабиётлар рўйхати.....	46-48

Кириш

Илм-фан тобора ривожланиб бораётган бугунги кунда инсониятнинг ахборот олишга бўлган эҳтиёжи ҳам ортмоқда. Бу талабни қоплаш йўлида фаолият юритаётган ахборот тарқатиш воситалари талайгина. Булар орасида Интернет барча фойдаланувчилар учун қулайлиги, арзонлиги, ҳар қандай янгиликни оммага етказишда тезкорлиги билан етакчилик қиляпти. Мамлакатимизда Президент Ислом Каримов ташаббуси билан жамиятнинг барча жабҳалари, хусусан, таълим тизимида замонавий ахборот технологияларидан кенг фойдаланишни йўлга қўйишга қаратилаётган улкан эътибор самараси ўларок, бугун жамиятнинг барча соҳалари ва халқимиз турмуш тарзига компьютер технологиялари чуқур кириб бораяпти. Бундай воситалар аҳоли хонадонларида ҳам ўз ўрнини топмоқда. Бу аҳоли, айниқса, ёшларимизнинг зарур ахборот ва маълумотларни излаб топиш мақсадида дунёдаги етакчи алоқа воситаси - Интернет тармоғидан фойдаланишга бўлган интилишини кучайтирмоқда.

Мавзунинг долзарблиги. Таъкидлаш жоизки, ахборот глобллашувида миллий ахборот маконини шакллантириш, ҳимоя қилиш ва уни жадал ривожлантиришнинг ташкилий-ҳуқуқий асосларини яратиш масалалари жаҳондаги ҳар қандай давлатнинг стратегик манфаатлари билан ҳамоҳанг бўлган муҳим йўналишлар сирасига киради. Ахборот-коммуникация технологиялари жадал ривожланиши жаҳон ҳамжамияти тараққиёти суръатини янада ошириб, ахборот алмашуви соҳасида чексиз, ҳадсиз имкониятлар бермоқда. Бу эса ўз навбатида дунё мамлакатларининг ижтимоий-сиёсий ва иқтисодий ривожланишининг асосий омилларидан бирига айланиб бормоқда.

Мамлакатимиз Раҳбарияти томонидан Мустақилликнинг илк йиллариданок, илғор технологиялар воситасида миллий ахборотни дунёга кенг ёйиш масаласига катта эътибор қаратиб келинмоқда. Шу боис кейинги даврларда глобал тармоқлар орқали Республика газеталари ўқувчиларининг

географияси бирмунча кенгайди. Рақамли телевидение ривожланиб, сунъий йўлдош орқали Ўзбекистон телерадиоканалларини бутун жаҳон кўрадиган бўлди. Бу жараёнларни таҳлил этиш ва ўрганиш эса муҳим ҳисобланади.

Бугун Ўзбекистонда интернетдан фойдаланувчиларнинг сони 11 миллиондан ошди. Интернетнинг UZ доменида 15 мингга яқин веб-сайтлар фаолият кўрсатмоқда. Ўзбекистонда мустақиллик йилларида оммавий ахборот воситаларимизнинг сони тўрт баробарга ошди. 1991 йилда мамлакатдаги ОАВнинг умумий сони 395 та бўлган бўлса, 2012 йилга келиб бу кўрсаткич 1300 тага яқинлашди. Шундан 192 таси бугун Интернет-ОАВ деб рўйхатдан ўтган. Уларнинг хусусиятларини ўрганиш, тарихий жиҳатдан уни ривожланишларини таҳлил этиш ва кузатиш зарурати мавзунинг долзарблигини белгилайди.

Битирув малакавий ишидан кўзланган мақсад. Ўзбекистон матбуотининг Интернетдаги ўрни ва имкониятларини ўрганиш.

Мазкур мақсаддан келиб чиққан ҳолда қўйидаги вазифалар қўйилди:

- Ўзбекистон матбуотининг Интернет саҳифаларини таҳлил этиш;
- Матбуот нашрларининг Интернет саҳифаларини дизайни ва интерактив имконияларини кўриб чиқиш;
- Интернет нашрларининг дизайн-архитектурасини назарий ўрганиш;
- Матбуот нашрларининг Интернет саҳифаларида қўлланиладиган жанрларни амалий тарзда тадқиқ қилиш;

Битирув малакавий ишининг объекти: Ўзбекистон матбуот нашрларининг веб-сайтлари.

Битирув малакавий ишининг предмети: матбуот нашрларининг веб-сайтларининг ўзига хос хусусиятлари, ишлаш технологиялари, журналистик материал узатиш хусусиятлари.

Битирув малакавий ишнинг методологик асоси: илмий асос сифатида оммавий ахборот воситалари ҳақидаги мақолалар, ўқув

қўлланмалари, аудиторияда эшитилган маърузалар хизмат қилган бўлса методологик жиҳатдан ОАВлари тўғрисидаги қонунлар, Президентимиз И.А.Каримов асарларидаги ОАВлари ҳақидаги фикрларга суянилди.

Битирув малакавий ишининг тузилиши: Кириш, икки боб, тўрт фасл, хулоса, адабиётлар рўйхати ва иловалар.

Ишнинг кириш қисмида ишнинг мақсади, долзарблиги, мақсад ва вазибалари белгиланган берилган.

Биринчи боб Ўзбекистонда анъанавий газета ва интернет мавзусига бағишланган бўлиб, унда дастлаб Ўзбекистон матбуотининг Интернетга кириб келиши ва тарихий жараёнлари кўриб чиқилади. Бобнинг тахлилий қисмида матбуот е-нусхаларининг дизайн-архитектураси ва уларга қўйиладиган талаблар ўрганилган. Аниқ мисоллар орқали матбуот нашрларининг е-нусхалари ва уларнинг хусусиятлари тадқиқ этилди.

Иккинчи боб Интернетдаги газеталарнинг хусусиятлари ўрганилди. Бунда амалий мисоллар орқали Интернетда газета ва мақолаларни узатиш усуллари ҳамда интерактивлик имкониятларининг Интернетдаги матбуот нашрларида қўлланилиши тахлил этилди.

I.БОБ. Ўзбекистонда анъанавий газета ва интернет

1.1. Ўзбекистон матбуотининг Интернетга кириб келиши: тарихий жараён

Компьютерлаштириш ва интернетлаштиришнинг чекланмаган миқдордаги оммавий ахборотни тезкор ва кенг ҳудудларда тарқатиш ва қабул қилиб олиш имконияти электрон газеталар, журналлар, радиоэшиттириш дастурлари, шунингдек газета ва журналларнинг электрон версияларини интернет тармоқлари орқали тарқатишга йўл очди, булар эса анъанавий оммавий ахборот воситалари соҳасида буткул янги даврни бошлаб берди.

Ушбу янгилик соҳага доир қонунларда ҳам ўз аксини топди. Мисол учун 2007 йилга қадар амалда бўлган Ўзбекистон Республикаси “Оммавий ахборот воситалари тўғрисида”ги Қонунида “Газеталар, журналлар, ахборотномалар, бюллетенлар, ахборот агентликлари, телевидение (кабелли, эфир-кабелли телевидение) ва радиоэшиттиришлар, ҳужжатли кино электрон ахборот тизими, шунингдек, доимий номга эга бўлган, давлат тасаруфидаги, мустақил ва бошқа оммавий даврий нашрлар” оммавий ахборот воситалари ҳисобланган бўлса,¹ 2007 йилнинг 16 январидан кучга кирган янги таҳрирдаги “Оммавий ахборот воситалари тўғрисида” ги Қонунда мазкур таърифга “умумфойдаланишдаги телекоммуникация тармоқларидаги веб сайтлар” ҳам қўшилди.²

“Ўзбекистон Матбуот ва ахборот агентлиги томонидан юртимизда 196 та Интернет наشري рўйхатга олинганини маълум қилинди”³ Интернет нашрларининг анъанавий ОАВ га нисбатан жиддий рақобатни юзага келтираётгани ҳам айтиш ҳақиқат. Чунки у ўзининг тезкорлиги, интерактивлиги, мултимедиа ва бошқа кўплаб ноёб хусусиятлари туфайли аудиториянинг эътиборини ўзига кўпроқ тортмоқда. Шунинг учун ахборот бозорида ўз мавқеини сақлаб қолиш ва замон билан ҳамнафас бўлишни

¹ Тўртинчи ҳокимият. Четвертая власть. (Ўзбекистон Республикасининг қонунлари, қарорлари ва бошқа ҳужжатлар тўплами) – Т.: Мехнат. 2003. – Б. 7.

² Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси палаталарининг Ахборотномаси. – 2007. №1. - Б. 26.

³ Юртимизда Интернет нашрларининг сони 196 тага етди. // zamondosh.uz. - 2012.

хоҳлаган кўпгина анъанавий ОАВ, Ахборот агентликлари ҳам интернетда ўз ахборот сайтларига эгалар. Интернет уларга нафақат замонавийликни, балки жаҳон ахборот бозорига интеграциялашиш имкониятини ҳам яратиб бермоқда.

Интернет – нашрлари сектори ўзининг фарқли ўзига хосликларига эга бўлиб, уларнинг икки типи мавжуд:

1. босма ва электрон оммавий ахборот воситаларининг версиялари (“PV.uz”, “andijonnoma.uz”, “mtrk.uz”, “naesmi.uz”)

2. соф Интернет нашрлар, анъанавий ОАВ да ўз оригиналига эга бўлмаган ахборот хизматлари ва порталлари. Улар қаторига “Gazeta.uz”, “Press – uz.info”, “Security.uz” сингариларни киритиш мумкин¹.

Ўзбекистон босма ОАВ бозори сўнгги йилларда ахборот бозорининг бошқа сегментларига нисбатан жадалроқ ривожланаяпти. Бу секторда сон ва мавзу жиҳатидан кенгайиш сезилмоқда.

Бугунги кунда Интернетда имидж, маркетинг, реклама-тижорат каби турли мақсадларга йўналтирилган босма нашрларнинг веб-ресурслари фаолият юритаяпти. Ўз вақтида ташрифнома-сайтлар ҳам етарлича оммалашган бўлиб, уларнинг яратувчилари ўз-ўзини презентация қилиш, контакт (боғланиш) маълумотларини тарқатиш истагига асосланган эди. Мазкур вазиятда сайт ўқувчилар билан қайта алоқа ўрнатиш вазифасини бажарган. Ҳозирда миллий медиабозорда бу каби ресурслар сони кўп эмас. Улар қаторига оммабоп иллюстрацияли (“БеллаТерра”, “Саодат”) ёки болалар журналлари (“Гулхан”, “Ғунча”) сайтларини киритиш мумкин.

Виртуал ресурсларнинг бошқа бир тури нисбатан “жонлироқ” веб-сайтлар бўлиб, тадқиқотчилар уларни анъанавий нашрларнинг клонлари деб атайдилар². Бажарадиган функциялари жиҳатидан уларни босма

¹ Рашидова Д.К., Муратова Н.Ф. Интернет журналистика. – Т.: 2007. Б –42

² Рашидова Д. Тенденции развития веб-ресурсов печатных СМИ Узбекистана. Маъруза. // “Замонавий ахборот-коммуникацион технологияларнинг босма ОАВ фаолиятидаги ўрни ҳамда мамлакат Интернет ресурсларининг ривожланиш истикболлари” Медиафоруми материаллари. – Т., 2007 йил 25-27 сентябр. – 55 б.

нашрларнинг электрон нусхаси сифатида тавсифлаш мумкин, чунки улар, одатда, асосий нашрни тўлдирувчи веб-саҳифалар сифатида яратилади. Газета ахборотини глобал тармоқда тақдим этишдан ташқари, бундай веб-ресурслар ўқувчилар билан қайта алоқа ўрнатишнинг интерфаол усулларини қўллайди, электрон архивни шакллантиради. Ушбу медиа-ресурслар контенти анъанавий нашр мазмунини айтарлик ўзгаришларсиз акс эттиради.

Босма нашрнинг тармоқдаги фаолиятининг яна бир формати асосий нашрни тўлдириб турувчи мустақил медиа-ресурсларга эга веб-сайтлардир. Улар анъанавий нашрнинг электрон кўриниши сифатида фаолият олиб боради. Босма ОАВнинг бундай шаклан ўзгарган кўриниши мутахассислар томонидан оригинал нусхага таяниб, Интернет шароитига тўлиқ мослашган гибрид деб номланди. Мазкур ресурслар янада кўпроқ имкониятларни ўзида жамлайди ва қоғоздаги нашрдан тўлиқ нусха кўчирмайди. Бунда ўқувчи эътиборига нисбатан кенгроқ контент тақдим этилади, ахборотни жойлаштиришда босма нашр принципига асосланиб, мавзу доирасидаги барча материаллар киритилади, шунингдек, оддий газета саҳифасига сиғдириш мушкул бўлган ахборотлар ҳам веб-сайтдан ўрин олади. Бу каби сайтлар бир неча ахборот манбалари билан ишлайди, уларнинг янгиланиши газета (ёки журнал)нинг навбатдаги сони чиқишига боғлиқ бўлмайди, материаллар эса бир нечта тилда эълон қилинади. Миллий даврий матбуотда бундай ишлаш принципи қисман қўлланганлиги боис, буткул мазкур категорияга оид медиаресурсларни ажратиш қийин.

Интернетдаги масс-медиянинг алоҳида тури босма нашрдан электрон нусхани тўлдирувчи восита сифатида фойдаланувчи медиа-ресурслар ҳисобланади. Бу каби веб-ресурслар юқорида номи келтирилган уч типдан анча кейинроқ ривожлана бошлади. Умуман олганда, бу нашрларни на босма ва на Интернет-ОАВ сирасига киритиш мумкин. Бироқ босма нашр сифатида рўйхатдан ўтказилиши сабаб, уларни айнан ушбу параграфда кўриб чиқмоқдамиз.

Таъкидлаш жоизки, бу каби веб-ресурсларга бўлган эҳтиёж ҳам анъанавий нашрларникидан кам эмас. Нашрлар веб-сайтда эълон қилинган материаллар асосида газеталар яратади. Бу ҳолатда веб-ресурс ахборий контенти оддий форматга кенгайтирилган, тўлдирилган, таҳлилий жанрда ўтади. Бир сўзбилан айтганда, ахборот газета саҳифаларда қайта “туғилади”.

Тематик йўналтирилганлик жиҳатидан Ўзбекистон Интернет-муҳитида босма ОАВ медиаресурслари анъанавий матбуотдаги хилма-хилликни такрорлайди. Бу ерда ижтимоий, сиёсий, ихтисослашган, иқтисодий, расмий, болалар, ўсмирлар, реклама ва тижорий мақсадларга мўлжалланган нашрлар веб-ресурслари яратилган. Ушбу нашрларнинг кўпгина сайтлари қоғоздаги аналогини нусхаси сифатида тақдим этилган. Илғор электрон нусхалар асосан ихтисослашган, иқтисодий ва расмий ОАВ томонидан яратилган.

Илгари таъкидланганидек, ижтимоий-сиёсий нашрлар биринчилардан бўлиб ўз веб-саҳифаларини яратди. Бироқ шунга қарамай, уларнинг аксарияти фаол ривожлантирилмай, илғор веб-ресурс иш режимида ўтказилмади ва электрон нусха босқичида қолиб кетди. “Новости Узбекистана” (www.novostiuzbekistana.st.uz), “Правда Востока” (www.pv.uz), “Uzbekiatan Today” (www.ut.uz) каби газеталарнинг кейинроқ ишлаб чиқилган Интернет-вариантлари анча оммалашган ва қизиқарли медиойиҳалардан саналади. Сайтнинг муттасил янгиланиб туриши, қулай тузилмаси, қидирув имкониятлари мазкур ресурсларни виртуал медиамуҳитда етакчи поғоналарга олб чиқади.

“УзИнфоКом”, “Экономическое обозрение” журналлари, “Интерфутбол” спорт нашрларининг ўз тематик йўналишига эга веб-сайтлари (www.infocom.uz, www.review.uz, www.interfutbol.uz) контент ва техник кўринишининг мудом янгиланиб туриши туфайли хилма-хил ахборотларнинг ишончли манбаси, қизиқишлар бўйича мулоқотнинг самарали воситасига айлана олди. Ўқувчига таҳлилий характердаги материалларни таклиф эта туриб, улар ўз сайтларида салмоқли аудиторияни

бирлаштиришга муваффақ бўлди. Мазкур электрон вариантлар контентининг фарқли жиҳати шундаки, бундаги публикациялар сайтда эълон қилингунга қадар муайян структуравий, услубий, техник таҳрирдан ўтказилса-да, ўз долзарблиги, оммабоплиги, қизиқарлилигини йўқотмайди.

Ушбу ресурсларнинг ўзига хослиги уларда интерфаол воситалардан фойдаланиш фаол йўлга қўйилганлигида кўринади. Масалан, www.revew.uz сайтида қўлланилган амалиёт эътиборга лойиқ. Бу сайтдаги публикациялар муайян материални изоҳлаш, шарҳлаш имконини беради. Изоҳлар (комментарийлар) тизими бу ерда аудитория билан қайта алоқага киришиш канали вазифасини бажаради. www.infocom.uz сайтида бу функция журнал ўқувчиларининг ўзига хос виртуал мулоқот, мунозара майдони, маслаҳатхонаси бўлмиш форум орқали амалга оширилади. “Экономическое обозрение” журнали веб-ресурси яна бир сифат кўрсаткичи пухта ва қулай ташкил этилган архив ҳисобланиб, ундан журналнинг 1998–2008 йиллар оралиғида чоп этилган барча сонлари ўрин олган. Бундай рақамли архивнинг қиммати, ҳеч шубҳасиз, баланд. Шунга ўхшаш тизим “УзИнфоКом” журнали сайтида ҳам йўлга қўйилган.

Партия газеталари веб-ресурслари (“XXI АСР” - www.21asr.uz, “Ўзбекистон овози” - www.uzbekistonovozi.uz, “Адолат” - www.adolat.uz) мониторинги қизиқарли натижаларни берди. Агарда улар юқорида келтирилган тасниф нуқтайи назаридан кўриб чиқилса, бу сайтлар қоғоз кўриниши билан худди эгизакдек эканлиги маълум бўлади. Табиийки, анъанавий кўринишдаги камчиликлар ҳам тўлиғича веб-ресурсда намоён бўлади. Масалан, қизиқарли, долзарб, танқидий, “жонли” услубда ёзилган таҳлилий ахборотларнинг камлиги, ёрқин ПР-материаллар, мубоҳасалар ҳамда ғоялар тўқнашувининг йўқлиги каби асосий газета камчиликлари веб-сайт учун ҳам хос. Аксарият партия нашрлари саҳифаларидаги расмий, ҳисоботни эслатувчи баён шакли, ёппасига қолиплардан фойдаланиш уларнинг веб-сайтларини ҳам ўқиш ва тушунишни мураккаблаштиради.

Нисбатан “жонли”, ўқишли, фотосуратлар билан бойитилган материалларни www.21asr.uz сайтида учратиш мумкин.

UzNetда босма ОАВ веб-ресурслари сонининг ўсиши ҳудудий матбуот нашрларининг веб-маконга чиқиши билан янада жадаллашди. Бугун Интернет кенгликларида мамлакатнинг вилоят, шаҳар, туман нашрлари билан танишиш мумкин. Аммо булар орасида ҳам оддий газеталарнинг тармоқдаги клонлари етакчилик қилиб, уларнинг янгиланиши янги сон нашр этилганидан сўнггина амалга оширилади¹.

Агар дастлабки босқичда (2006 йил) ҳудудий таҳририятлар Интернет-технологияларни ўзлаштиришлари ва веб-сайтни ҳам техник, ҳам моддий томондан қўллаб-қувватлашлари лозим бўлган бўлса, ҳозирги кунга келиб, журналистлар бу борада муайян ютуқларга эришди ва улар орасида ҳатто етакчилар ҳам пайдо бўлди. Жумладан, ўзининг кўп йиллик фаолияти давомида “Чирчик” (www.chirchiknews.uz), “Знамя дружбы” (www.znamya.uz), “Иқбол” (www.iqbol.uz), “Тошкент ҳақиқати – Ташкентская правда” (www.th.uz), “Чағониён” (www.chaganiyon.uz), “Андижоннома – Андижанская правда” (www.andijonpoma.uz), “Зарафшон” (www.zarnews.uz) каби газеталар веб-ресурсларни ривожлантириш борасида катта натижалар кўрсатди.

Ҳуқуқий асослар. Ўзбекистонда ОАВнинг эркин ва мустақил фаолияти бош ҳуқуқий асоси Республика Конституциясидир². Илгари веб-ресурсларнинг ОАВ сифатидаги қатор хусусиятлари киритилмаган “ОАВ тўғрисида” ги Қонун 2007 йилда қайта таҳрир қилинди. Хусусан, бу соҳадаги асосий ўзгаришлар қуйидагилардан иборат бўлди: 1) веб-сайтни ОАВ сифатида ифодалаш талаблари; 2) босма ОАВ электрон нусхалари мақомини аниқлаш; 3) веб-ресурсни ОАВ сифатида рўйхатдан ўтказиш имконияти.

¹ Муратова Н. Ўзбекистонда анъанавий ОАВ ва Интернет: медиа фаолият олиб бориш хусусиятлари, ахборот бозорида тутган ўрни.// “Замонавий ахборот-коммуникацион технологияларнинг босма ОАВ фаолиятидаги ўрни ҳамда мамлакат Интернет ресурсларининг ривожланиш истиқболлари” Медиафоруми материаллари. – Т., 2007 йил 25-27 сентябр. – 63 б.

² Ўзбекистон Республикаси Конституцияси. Т.: Ўзбекистон, 2010. – 67-модда.

ОАВ тушунчаси “умумфойдаланишдаги телекоммуникация тармоқларидаги веб-сайтлар” атамаси билан тўлдирилди. Оммавий ахборот воситаларини даврийлик нуқтайи назаридан аниқ талқин этишда Қонун муаллифлари нашрнинг “олти ойда камида бир марта” босма тарзда ёки эфир орқали тарқатилишига таянганлар. Хужжатда бу қуйидагича ифода топади: “Оммавий ахборот воситаси – оммавий ахборотни даврий тарқатишнинг доимий номга эга бўлган ҳамда босма тарзда (газеталар, журналлар, ахборотномалар, бюллетенлар ва бошқалар) ёки 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”¹.

Веб-ресурснинг ОАВ мақомини касб этиши, табиийки, уни рўйхатга олиш тартиби масаласига эътибор қаратишни тақозо этади. 2007 йилнинг апрел ойида, ЎзР Вазирлар Маҳкамаси Қарори билан, Интернет-ОАВ ўзига хослигини ҳисобга олган қўшимча меъёрлар тасдиқланди². Шунга кўра, ОАВни рўйхатдан ўтказиш тартибини назорат қилувчи меъёрий ҳужжатларга ўзгартиришлар киритилди. Энди веб-нашрни рўйхатга олишда Интернет-ОАВ хусусиятлари кўриб чиқилади. Шунингдек, Қонунга даврий босма нашр электрон нусхаларига бағишланган алоҳида модданинг киритилганлигини ҳам алоҳида таъкидлаш лозим. 27-моддага кўра, даврий матбуот нашрининг электрон нусхаси унинг тарқалиш усулларида биридир. Бироқ “электрон нусха мазмун жиҳатидан босма нашр билан бир хил бўлиши шарт”⁴ эканлиги Қонунда белгилаб қўйилган. Қуйидаги ҳолатлар бундан

¹ “Оммавий ахборот воситалари тўғрисида” Ўзбекистон Республикаси Қонуни (янги таҳрири). – Т., 15.01.2007. – 4-модда. Оммавий ахборот воситалари фаолияти соҳасидаги меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатлар тўплами. – Т.: 2008

² “Ўзбекистон Республикасида оммавий ахборот воситаларини давлат рўйхатидан ўтказиш тўғрисида” Положение. ЎзР ВМ 11.10.2006 йилдаги Қарорига Илова №1. - № 214.

⁴ “Оммавий ахборот воситалари тўғрисида” Ўзбекистон Республикаси Қонуни (янги таҳрири). – Т., 15.01.2007. – 27-модда.

мустасно:

- 1) электрон нусхадан даврий нашрнинг босма кўринишидаги реклама хабарлари олиб ташланиши ёки алмаштирилиши мумкин;
- 2) электрон нусхадан ўрин олган материаллар босма кўринишдагисига нисбатан ҳажман ихчамлаштирилиши мумкин¹.

Ушбу шартлар даврий нашр босма кўринишининг устунлигини мустаҳкамлайди, сабаби, босма маҳсулот билан бир хил мазмунга эга бўлиш мажбурияти асосий ролни электрон кўринишдаги нашрга эмас, балки айнан газетага беради. Шу билан бир қаторда, бугун босма кўринишидан виртуал усулда ахборот тарқатишнинг қўшимча воситаси сифатида фойдаланаётган веб-нашрлар сони ҳам тобора ортиб бормоқда. Бунда қоғоз электрон нашр мазмунининг маълум қисминигина ифодалайди.

Айнанлик талаби веб-нашрлар ўзига хослигини фақат қисман ҳисобга олади, чунки электрон нусхада материаллар кўпинча “ихчамланган ҳажмда” (Қонунда кўрсатилгани каби)² эмас, балки аксинча, очик (кенгайтирилган?) кўринишда бўлади. Анъанавий нашрларда чоп этиш майдони ҳажми чекланган, бироқ Интернетда бу каби чекловлар йўқ. Мазкур ёндашувнинг қай даражада тўғрилиги қонунчиликда белгиланмаган.

Хулоса чиқара туриб, медиамаконнинг умумий манзараси кўздан кечирилганда UzNetда газета, журнал, теле- ва радиоузатув студиялари е-нусхалари сон жиҳатидан кўплиги маълум бўлишини таъкидлаш мумкин. Бугун жадаллик билан кўпайиб бораётган on-line нашрлар иккинчи ўринни банд этган. Ахборот агентликлари ва хизматлари веб-ресурслари салмоғи атиги бир неча фоизни ташкил этса-да, улар ўзига хос Интернет-ОАВ сифатида фаолият олиб бориши билан қизиқарли саналади.

¹ “Оммавий ахборот воситалари тўғрисида” Ўзбекистон Республикаси Қонуни (янги таҳрири). – Т., 15.01.2007. – 27-модда.

² “Оммавий ахборот воситалари тўғрисида” Ўзбекистон Республикаси Қонуни (янги таҳрири). – Т., 15.01.2007. – 27-модда.

Ахборот маконини ҳуқуқий назорат қилиш масалаларига нисбатан Ўзбекистонда АКТ ва ОАВ соҳасига оид қатор қонун лойиҳалари устида иш олиб борилаётганлигини таъкидлаш жоиз.

1.2. Матбуот е-нусхаларининг дизайн-архитектураси ва уларга қўйиладиган талаблар

Информацион архитектура – бу сайтнинг умумий тузилмаси бўлиб, унда веб-саҳифанинг ташкилий хусусиятлари ўз аксини топади. Тўғри тузилган информацион архитектура сайтлар билан танишишда муҳим ўрин тутadi. Унинг таркибига веб-сайт структурасини белгиловчи барча ҳодисалар – саҳифа номи ва манзили, меню жойлашуви, рунлар сарлавҳалари, реклама майдони ва ҳкз. киради.

Сайтнинг информацион архитектураси бу веб-манбанинг мазмун жиҳатдан тузилиши сарлавҳаларнинг номланиши ва алоҳида блокларнинг жойлашишидан иборат. Информацион архитектуранинг кейинги элименти бу меню ҳисобланади. Веб-сайт менюси - ўнг, чап, паст, юқори, пастки турларга бўлинади. Менюлар жойлашиши ва мазмунига қараб асосий ва корпоративга бўлинади. Айрим ҳолларда мазмунига қараб ёрдамчи меню ҳам қўйилади.

Асосий меню сайтнинг мазмунидан келиб чиққан ҳолда мавзуларни акс эттириши, сайтдаги материалларнинг мазмунига кўра ажратилиши ёки умумий рунлар бўйича берилиши мумкин.

Корпоратив меню айрим ҳолларда ёрдамчи менюга эга бўлиши мумкин. Корпоратив меню кўпинча сайтнинг юқори ёки пастги қисмида жойлашиши ва таҳририятга тегишли маълумотларни топиш учун қулай бўлиши керак.

Нашр ҳақида маълумотларнинг йўқлиги таҳририятнинг маъсулятсизлигининг кўрсаткичидир. Бу ҳолат кўнинча фойдаланувчиларда шубҳа уйғотиши табиий. Улар бундай сайтларга бошқа “меҳмон” бўлмасликлари ҳам мумкин. Корпоратив меню турли кўринишда, аниқ лўнда ёки эссе, кенг ва батафсил шунчаки қизиқарли маълумот сифатида ёки мурожаат тарзида тақдим этилиши мумкин.

Информацион сайтларда энг муҳим нарсa бу корпоратив менюда аниқ ва лўнда қилиб таҳририятнинг реклама сиёсати кўсатилиши керак. Буларга реклама турлари, имкониятлари, реклама берувчиларга қўйиладиган талаблар ва қандай турдаги мақолалар реклама сифатида чоп этилиш кераклигини билдирувчи хусусиятлардир.

Айни пайтда, www.pv.uz, www.ut.uz, www.uzas.uz каби қатор сайтлар, ўқувчи диққатини илк сонияларданок тутиб туриш муҳим эканлигини англаган ҳолда, қисқа-лўнда доменлардан фойдаланади-ки, булар ёдда тез қолади ва ўқувчининг сайтга қайтиш эҳтимолини оширади”¹. Умуман, веб-сайтларнинг умумий қурилмаси аксарият электрон-кўринишларда бир хилдир. Уларнинг кўпчилиги барча мавжуд рукнларни ўзида жамлаган бир поғонали менюни қўллайди. Тажрибалироқ нашрларда тематик – публикациялар мавзуларини ифодаловчи рукнлардан иборат ҳамда корпоратив – нашр томонидан ва нашр ҳақида берилган ахборотни ўз ичига олган менюлар қўлланади.

Информацион архитектура сайтларнинг тил ва услуб жиҳатидан ташкил этилиши нуқтайи назаридан ҳам кўриб чиқилди. Энг долзарб мақолаларнинг алоҳида устун сифатида жойлаштириш, “жонли” лента (бегущая строка)ни жорий этиш кабилар “Uzbekistan today”, “Туркистон”, “Экономическое обозрение” каби нашрлар веб-сайтларида фаол йўлга қўйилган. Қатор ресурсларда меню сарлавҳалари оригинал тарзда ифодаланган, бу эса рукн мазмунини аниқ ва лўнда акс эттиради.

Шу билан бир қаторда Интернет-сайтлар хусусияти инобатга олинмай шакллантирилган рукн номлари ҳам учрайди. Мисол учун, “Педагогика, тадқиқот, ислохотлар” ёки “Ахборот, янгиликлар, хабарлар” каби такрорий, маънодош номларнинг қўлланилиши кенг учрайди-ки, уларни бир жумла ёки

¹ Рашидова Д. Тенденции развития веб-ресурсов печатных СМИ Узбекистана. Маъруза. // “Замонавий ахборот-коммуникацион технологияларнинг босма ОАВ фаолиятидаги ўрни ҳамда мамлакат Интернет ресурсларининг ривожланиш истиқболлари” Медиафоруми материаллари. – Т., 2007 йил 25-27 сентябр. – 56 б.

ифода билан аташ ўринли бўлар эди. Рукн номларининг метафорик шаклда бўлиши босма нашрлар веб-ресурсларига хос саналади. Хусусан, “Маҳалла – менинг она уйим”, “Ўзбекистон – умумий уйимиз” (“Новости Кашкадарьи”) каби номлар Интернет-ОАВда деярли қўлланилмайди ва умумлаштирувчи тематик рукнлар билан алмаштирилади. Масалан, “сиёсат”, “жамият”, “маданият”, “спорт” ва ҳкз. каби. Босма нашрлар амалиётидан ўзлаштирилган ҳамда мазкур тоифадаги маҳаллий ОАВ веб-ресурсларида кўп учрайдиган бошқа бир жиҳат бўлимлар кўламининг кенглигидир.

Одатда, газета ёки журналда ҳар бир публикация алоҳида рукн остида жойлаштирилади-ки, унинг номи материал мазмунига кўра ўзгартирилиши мумкин. Бироқ мазкур усулнинг Интернет-сайт саҳифаларига кўчирилиши хато ҳисобланади. Сабаби, тезкор манба бўлмиш сайт янгиланмайдиган рукнларни қабул қила олмайди. Бунда маъноси ва мавзуси жиҳатидан ўхшаш рукнларни ягона ном остида бирлаштириш бўш ёки гоҳ-гоҳида янгиланиб туриладиган бўлимларнинг бўлмаслигини таъминлайди ва шу боисдан, ўринли саналади. Аммо бундай камчилик кўпгина ҳудудий газеталар веб-ресурсларига хос.

Сайтни баҳолашда навигация, яъни веб-саҳифа бўйлаб ҳаракатланиш қулайлиги алоҳида меъзон ҳисобланади. Кўрилатган веб-объектларда ҳаракатланиш асосий меню орқали таъминланади. Нашрни “варақлаш”нинг бошқа усуллари аксар ҳолларда мурожаат қилинмайди. Лекин бошқа материал, рукн, мақолаларга ўтишнинг 1) калит сўзлар, 2) ҳавола-сарлавҳалар, 3) фото-ҳавоалар, 4) босма вариант сонлари асосида ташкил этилган қўшимча имкониятлари медиа-ресурсларда тобора оммалашиб бораёпти. Бу усуллар ўқувчиларга сайт билан чуқурроқ танишиш, ундаги энг қимматли маълумотларни танлаб, янада кўпроқ қизиқарли мавзу ва йўналишларни кашф қилиш имконини беради. Бундай инструментарий “Uzbekistan Today”, “Туркистон”, “Экономическое обозрение”, “УзИнфоКом” кабилар сайтларида қўлланилган.

Умуман, таҳлил натижалари босма ОАВ сайтларида навигация воситалари нисбатан суст ривожланганлигини кўрсатди. Аксарият нашрларнинг хатоси уларда матн ичидан сайтнинг бошқа рукнларига ҳавола қилиш, ўхшаш ёки мавзу жиҳатидан ўзаро яқин материалларга ҳаволалар танлаш, сарлавҳалар учун калит сўз, ҳаволаларни ажратиш каби ёрдамчи элементлардан фойдаланилмаслигидадир. Навигацион фаолиятни тезлаштиришда сайт материаллари ўртасида алоқани таъминлаш зарур ва бу боғланиш матндаги калит сўзларга ойда қўшимча маълумотларга гиперлинк (гиперҳавола) лар яратиш орқали йўлга қўйилади. Мазкур усул ўқувчининг қабул қилинган ахборотни олдин эълон қилинган маълумотлар билан таққослашига, ҳодиса ҳақида янада тўлиқроқ тушунча ҳосил қилишига, материалларнинг турғун (статичный) қолмаслиги ва муайян воқеий ёки контекстуал занжирни ҳосил қилиб, долзарб аҳамият касб этишига имкон беради.

Веб-сайтнинг фақат босма нашр электрон кўринишигина бўлиб қолмасдан, балки мультимедиявий имкониятлари туфайли ўзида визуал ОАВ хусусиятларини мужассамлаштирганлиги жиҳатидан, материалларнинг тасвирлар билан бойитилганлиги алоҳида диққатга сазовор. Миллий виртуал матбуотда ахборотнинг фотосуратлар билан биргаликда тақдим этилиши кенг тарқалган. “Хуррият”, “Экономическое обозрение”, “Зеркало 21”, “УзИнфоКом”, “Моҳият”, “Uzbekistan Today” каби нашрларда бу анъана тусини олган. “Ўзбекистон адабиёти ва санъати”, “Маърифат”, “Новости Узбекистана”, “Новости Кашкадарь”, “Чирчик”, “Деловой партнер”, “Диёнат” газеталари, “Экономическое обозрение” журнали веб-сайтлари эксклюзив фотосуратлар туфайли мазмунан ранг-баранглик касб этади ва фотоматериаллардан фойдаланишни кенгайтириш эса ушбу ўзига хосликни янада бойитган бўлар эди.

Умуман, кўпгина газета сайтлари ҳали Интернетнинг мультимедиявий имкониятларини тўлиқ ўзлаштирганича йўқ. Бу, хусусан, ахборотни бир неча

кўриниш – матн, видео, аудио ва бошқа форматларда тақдим этиш кенг йўлга қўйилмаганлигида кўринади.

Тармоқнинг уникал (ўзига хос) интерфаол имкониятларига нисбатан бефарқлик аксарият босма ОАВ сайтларига хос. Масалан, таҳлил қилинаётган ресурсларда аудитория билан ҳамкорлик ва мулоқот қилишнинг электрон почта, форум, меҳмонлар китоби (гостевая книга), on-line боғланиш (on-line мост), анкета каби шакллари кам қўлланилади. Ваҳоланки улардан фаол фойдаланиш аудитория эҳтиёжларини самарали ўрганишга, ўқувчиларнинг муаммоларни муҳокама қилиши ва ўз фикрини билдириши учун шароит яратади.

Кўрилаётган сайтларда қайта алоқа элементларидан бири сўровнома саналади. Бироқ сўров ўтказётган таҳририят унинг натижаларидан доим ҳам тўлиқ фойдаланавермайди. Мисол учун, аёллар учун мўлжалланган ҳудудий нашр – “Иқбол” газетаси веб-сайти (www.ikbol.uz) да 2007 йилнинг март ойи давомида ўқувчиларнинг ўзлари яшаб турган ҳудуддаги мактабгача таълим муассасаларига муносабатини аниқлашга қаратилган сўров ўтказилган. Унинг натижаларига кўра, респондентларнинг ярмидан ортиғи (60%) болалар боғчалари фаолияти ҳақида танқидий фикр билдиради. Интернет-журналистика технологиялари бу каби, ҳатто унчалик муҳим бўлмаган информацион асослардан ҳам долзарб ижтимоий репортаж, интервью, блиц-сўров ва ҳкз.ларни яратиш имконини беради. Аммо берилган вазиятда сўров яқунларининг на газета саҳифаларида ва на веб-сайтда ўз аксини топмаганлиги катта хато бўлди. Мазкур мавзуни ривожлантириш орқали журналистлар ўқувчиларни фаоллаштириши, уларга муаммонинг ечимини топишда аудитория иштирокининг аҳамиятини очиб бериши мумкин бўлар эди.

Веб-ресурсга баҳо беришда алоҳида меъзон унинг тили ҳисобланади. UzNet да аксарият босма ОАВ нашрлари фақат бир тилда фаолият олиб боради. Аммо икки ёки уч тилда – давлат тили бўлмиш ўзбек тилидан

ташқари рус ва инглиз тилларида материаллар тақдим этувчи сайтлар ҳам мавжуд. Булар қаторига www.oilavajamiat.uz, www.dp.uz, шунингдек, икки тилли www.turkiston.uz, www.mahalla.uz, www.bekajon.uz, www.ut.uz каби газета ва журнал веб-саҳифаларини киритиш мумкин.

Веб-сайт саҳифасининг тилдан фойдаланиш нуқтайи назаридан ишлаш принципини аниқлаш ўзига хос вазифа бўлди. Шу аснода маълум бўлдики, икки ёки ундан ортиқ тилларда иш олиб борувчи деярли барча электрон вариантдаги нашрлар босма шаклда ҳам худди шу тилларда фаолият кўрсатувчи кўринишларига эга. Жумладан, www.turkiston.uz веб-сайтининг рус тилидаги вариантыда “Молодежь Узбекистана” газетасидаги, “Бекажон” газетаси сайти www.bekajon.uz да эса “Леди” русийзабон нашридаги материаллар эълон қилинади. Бир тилда чоп этиладиган нашр учун сайтни бир неча тилларда юритиш анча қийин саналади.

Мазкур муаммони ҳал этишда алоҳида таржимонлик штатини жорий этиш ҳам мумкин, бироқ, амалда маълум бўлишича, кўпгина нашрлар учун бу ечим молиявий жиҳатдан фойдали бўлмас экан. Боиси, сайт махсус ходим ёллаш учун етарлича даромад келтирмайди. Бундан ташқари, сайтда газета таркибини тўлиғича эълон қилиш талаб қилинганда, миллий матбуотимизда чоп этиладиган йирик ҳажмли материалларни қисқа вақт оралиғида таржима қилишнинг иложи бўлмайди.

Шундай бўлса ҳам, глобал ахборот бозори шароитида фаолият олиб бориш учун кўп миллионли Интернет-аудитория эҳтиёжларини ҳисобга олиш ва муайян нашрнинг информацион салоҳиятини, қисман бўлса-да, намоён қилиш (бунинг учун энг долзарб мақолалар тақризини халқаро тиллардан бири – рус ёки инглиз тилларида эълон қилиш мумкин) лозим. Кўп тилли сайтларни юритиш глобал ахборот бозорига чиқишга интилаётган нашрларга интеграцион мақсадларни тўлақонли амалга ошириш ҳамда аудиторияни янада кенгайтириш имконини беради. Бу эса мазкур масаланинг долзарб аҳамият касб этишини таъминлайди.

Босма ОАВ веб-ресурси фаолиятини ташкил этишда тақдим этилаётган ахборотнинг тезкорлиги ҳам муҳим аҳамият касб этади. Интернет-муҳит –ниҳоясиз ахборот оқими бўлиб, у муттасил янгиланишни тақозо қилади. Бироқ, сўз босма ОАВнинг глобал тармоқдаги кўринишлари хусусида борганда таҳририятлар бир муаммога рўбарў бўлишади: биринчи ўринда сайтни янгилаш керакми ёки аудиториянинг босма нашрга нисбатан қизиқишини сақлаб қолишга интилиш муҳимми? Бунга турли нашрлар турлича ёндашади. Масалан, “Экономическое обозрение” журнали сайти аудитория диққатини асосан босма нашрга қаратишга интилади. Бунинг учун бош веб-саҳифада журналнинг сўнгги чоп этилган сонидagi мақолалар аннотацияси “батафсил” ҳаволаси билан берилади. У ўқувчини материалнинг дастлабки абзацигина келтирилган саҳифага йўллайди. Сўнг эса таҳририят материалнинг тўлиқ мазмуни билан босма нашрда танишиш мумкинлигини билдиради. Шу тариқа, ўқувчининг қизиқиши ошиб, сўнгги сон мундарижаси билан танишади ва зарур бўлса, уни сотиб олади.

Мониторинг натижалари кўрилатган медиа-ресурслар веб-сайтларини янгиланиш доимийлиги ва шакли жиҳатидан икки турга ажратди:

- Биринчи турга нашрнинг сўнгги сонида эълон қилинган мақолалар ўрин олган веб-сайтлар (www.kesh.uz, www.termezokshomi.uz, www.nafosat.uz, www.buxoronomi.uz) киритилди. Сайтни янгилашда бундай усулни қўлловчи аксарият нашрлар веб-вариант яратиш борасида етарли тажрибага эга эмас. Ва балки уларнинг веб-ресурсларида учровчи бўшлиқлар, тўлдирилмаган бўлимлар айти шу билан изоҳланар? Бироқ бундай нашрлар орасида www.xs.uz, www.pv.uz, www.uzbekistonovozi.uz, www.oilajamiat.uz каби йирик газеталар веб-сайтлари ҳам бор. Бу ҳолатда эса таҳририятнинг веб-сайтни бундай юритиши сўнгги сон бош саҳифадан ўрин олиб, контентнинг қолган қисми эса мавзу ва бўлимларга қараб жойлаштирилгандагина ўринли ҳисобланади. Зеро, мантиқан олганда, сайтни юритишдан мақсад – ҳар қандай вақт оралиғида эълон қилинган турли

материалларнинг электрон варианты билан исталган пайтда танишишдан иборат.

- Иккинчи гуруҳдан ўз веб-сайтига босма муқобилидаги материалларни жойлаштиришдан ташқари, унинг тезкор ахборий янгиланишини ҳам амалга оширувчи ресурслар ўрин олган. Булар қаторида www.ut.uz, www.nalog.uz, www.avtoolam.uz, www.turkiston.uz каби сайтларни санаб ўтиш мумкин. Бу таҳририятлар сайтни газетанинг янги сони чиқиши билан параллел равишда янгилаб борар экан, электрон нашрда у ёки бу масаланинг қўшимча ёритилишига ҳам аҳамият беради. Сайтга, шунингдек, муайян сабаблар туфайли янги сондан ўрин олмаган янгиликлар ҳам жойлаштирилади (журналист олган ахборот тезкорлик билан янгиликлар лентасига киритилади). Мазкур ёндашувнинг қулайлиги шундаки, бунда газетанинг янги сони билан у сотувга чиқишидан аввалроқ танишиш мумкин.

Информацион архитектурани яратишда реклама блоклари асосий ўрин эгаллайди. Веб сайтда алоҳида жой реклама блоклари учун ажратилади. Энг кўп тарқалган реклама тури баннер рекламаси ҳисобланиб, у тасвир ёки анимация шаклидаги маълумотни ўз ичига жамлайди.

Баннер рекламаси статик тасвир ва динамик бўлиши мумкин. Статик тасвир газетада берилган реклама тасвири сифатида бўлса, динамик тасвир ҳаракатдаги тасвир ёки гиперссылка сифатида бўлиши мумкин.

“Гиперўлланма ортида “яширинган” манзилни билиш учун курсорни унга олиб келиб (ҳеч нимани босмаган ҳолда) браузер ойнасини энг пастки қисмига қараш лозим, унинг манзили доимо хизматга тайёр браузер томонидан кўрсатилади, сичқончанинг ўнг тугмаси босилганда эса ёрдамга шай тургвн браузер тезда алоҳида ойнада мазкур манзилдаги саҳифани очиб беради”¹.

Баннер асосан сайт ўқувчиси эътибори энг кўп тушадиган жойда берилади.

¹ Қудратхўжаев Ш. Интернет: тарихи, тузилиши, технинг хавфсизлик. – Т.: Ўзбекистон, 2011. –146.

Ташқи реклама ёки ички реклама тарзида берилади. Баннернинг дизайни реклама берувчи томонидан аниқланади ва яратилади. Реклама баннери учун жой ажратаётган муассиси нархни белгилашда бир нечта хусусиятларни эътиборга олади:

1. Статик ёки динамик нарх учун фарқланади.
2. Баннернинг ўлчамига кўра фарқланади.
3. Баннернинг фаоллик муддатига кўра фарқланади.
4. Сайт шапкасидан юқорида жойлашган баннер рекламаси энг таъсирли ва энг қимматлиси ҳисобланади.

Gazeta.uz информaцион сайт шапкасидан юқорисида жойлашган динамик реклама аудиторияни жалб қилиш хусусиятига эга. Доимо ҳаракатда бўлиб турадиган бундай рекламалар инсонларни бефарқ қолдирмайди. Бош саҳифанинг ўртасида ҳам реклама берилади ва бу реклама статик тарзда бўлади. Бош саҳифанинг ўнг томонидаги устунини кичик динамик тарзидаги рекламалар эгаллаб туради.

Корпоратив менюда жойлашган “Реклама жойлаштириш” бўлимида реклама жойлаштиришни хоҳловчилар учун тўлиқ маълумот келтирилган. Берилган маълумотда асосан, рекламани қаерда жойлашиши, ўлчами, муддати ва нархи хусусида алоҳида тўхталиб ўтилган.

2 БОБ Интернетдаги газеталарнинг хусусиятлари

2.1 Интернетда газета ва мақолаларни узатиш усуллари

Босма ОАВ веб ресурслари фаолиятини ўргана туриб, айтиш вақтда глобал тармоқда асосан инфорацион ва таҳлилий жанрлар кўпчиликини ташкил этишини кузатиш мумкин. Интернет форматдаги тезкор янгиликлар газета баёидан бирмунча фарқ қилади. Уларда, таъсир кучини ошириш мақсадида, янада кенгрок инструментарий тақдим этилиб, бу воситалар публикацияга эътиборни жалб қилувчи элемент вазифасини бажаради. Кўзга ташланувчан сарлавҳаларни қўллаш, ҳаракатланувчи қаторни йўлга қўйиш, мавзуга оид ахборотни янгиликлар лентасига жойлаштириш ҳамда уларга ҳаволалар бериш кабилар шулар жумласидандир. Айтиш шу имконият ва воситалар газетада эълон қилинган босма материални веб-публикациядан фарқлаб туради.

Айтиш пайтда on – line журналистика тушунчаси шаклланиб, интернетнинг анъанавий ОАВга ўзига хос муқобил масс-медиага айланиши унинг жанр хусусиятларини алоҳида ўрганиш учун замин ҳисобланади. Тармоқнинг универсал восита сифатида намоён бўлиши, Интернетда анъанавий матбуот, радио ва телевидение жанрлари ўртасидаги чегараларнинг бузилиб, жанрни ҳосил этувчи жиҳатлар бир – бирига қўшилиб, уйғунлашиб кетишига олиб келди ¹.

Материалнинг тузилиши ва мазмун хусусиятлари, қоида бўйича, жанрни ҳосил этувчи жиҳатлар саналиб, айнан уларнинг уйғунлиги мақоланинг маълум турини шакллантирувчи омиллар ҳисобланади. Айнан мана шундай турғун, ёки бошқача қилиб айтганда, констант кўриниш жанр деб номланади. “ Маълумки, жанр сўзи французча хил, тур маъносини

¹ Рашидова Д.К., Муратова Н.Ф. Интернет журналистика. – Т.: 2007. Б - 47

билдиради ҳамда адабиёт ва санъат асарларининг маълум мазмуний ва шаклий турини билдиради”¹.

Анъанавий ОАВда маълумотларни ёзилиши ва тузилишига қараб жанрлар уч гуруҳга бўлинади.

- информацион жанрлар;
- таҳлилий жанрлар;
- бадиий жанрлар.

Жумладан, информацион жанрларга хабар (информация), репортаж, интревью, ҳисобот кабилар киради. Бу жанрлар ҳаётдаги факт ва ҳодисаларни, янгиликларни тезкорлик билан ёритишга хизмат қилади. Мазкур жанрларнинг асосий вазифаси аудиторияни жамиятда юз бераётган воқеа ва ҳодисалардан хабардор қилишдир.

Таҳлилий публицистика ҳам ўзи учун зарур жанрларга эгадир. Булар кенгайтирилган хабар (корреспонденция), суҳбат, мақола, тақриз кабилар бўлиб уларда ҳаёт воқеаларидан хабар беришдан ташқари уларни таҳлил этиш, ички моҳиятини очиб бериш асосий ўрин тутди. Таҳлилий жанрларда ҳаётнинг муҳим, зарур масалалари ва муаммоларини кўтариб чиқишда ва уларга нисбатан жамоатчилик фикрини уйғотишда кенг миқёсда хизмат қилади.

Ҳаётни адабий – бадиий нуқтаи назардан ёритишга хизмат қилувчи бадиий публицистика ҳам ўзига хос жанрларга эгаллиги билан ажралиб туради. Булар – лавҳа, очерк, эссе кабилар бўлиб, улар қаторига фелтетон, памфлет каби жанрлар киради.

Анъанавий матбуот жанрлари электрон нашр саҳифаларига кўчар экан, глобал тармоқ талаб ва имкониятларидан келиб чиққан ҳолда, ўзига хос ўзгаришларга учрайди. Босма ОАВ веб ресурсларини мазкур нуқтаи назардан таҳлил қилиш ўзбек нашрларининг қатор ўзига хос жиҳатларини аниқланди.

¹ Худойкулов М. Журналистика ва Публицистика. – Т.: Университет. 2007. Б – 114.

Веб-вариант яна шуниси билан ҳам муҳимки, унда ҳатто эски ахборотни ҳам фаоллаштириш, сўнгги янгиликларни аввалроқ эълон қилинганлари билан боғлаб, мавзунинг ривожланишини кузатиб бориш имконияти мавжуд. Аммо миллий медиа-ресурслар саҳифаларида кўп ҳолларда ёритишнинг анъанавий, яъни бир типли формати Интернетга кўчирилади ҳамда босма нашр тайёр материалларининг веб-сайтга ўзгартиришларсиз ўтказилиши усули тез-тез қўлланилади.

Асосий хабарлар гуруҳини воқеий янгиликлар ташкил этиб, уларда бўлиб ўтган тадбир, семинар, учрашув ва ҳкз.лар ўз аксини топади. Баён услуби ахборий. Информацион материаллар структураси асосан тўғри ва тескари пирамида принципларига таяниб қурилади. Шунга кўра, ҳисобот ҳамда репортажларда дастлабки хатбоши “Нима?”, “Қаерда?” ва “Қачон?” сўроқларига жавоб билан бошланади.

Миллий газеталар веб-сайтлари нашрнинг янги сони чиқиши билан параллел равишда янгиланганлиги боис, улардаги материаллар одатда қоғозда эълон қилинганидан сўнггина веб-саҳифага жойлаштирилади ва натижада, ўз-ўзидан, янгилик сифатидаги ўзига хослигини йўқотиб, тўлдирувчи ёки таҳлилий аҳамият касб этиб қолади. Бундай ёндашувда газеталар веб-нашрнинг мавжуд салоҳиятидан фойдаланмайди ва шунчаки, босма матн нусхасини электрон ташувчига кўчириш билан кифояланади, холос.

Қоғоздан экранга кўчган журналистик материал, газетада қанчалик эътибор қозонган бўлмасин, ўз ўқишлилигини, қизиқарлилигини йўқотиши амалда исботланган. Бунинг сабабларидан бири электрон ахборотни етказиб бераётган ташувчи(яъни экран)нинг ўзгача психологик таъсир хусусиятига эга эканлигидадир. Қоғозда, босма саҳифада нигоҳ зигзаг асосида, сатрдан сатрга қараб ҳаракатланади, экранда тақдим этилаётган веб-саҳифа эса ўқилмайди, балки кўриб чиқилади: бунда нигоҳ диагональ бўйлаб юриб, ажратилган бўлак, тасвир, фотосурат ёки ҳаволаларда тўхталади. Шунга

кўра, босма публикацияни веб-сайтда эълон қилишда уни виртуаллаштириш шартдир.

Қатор газета веб-ресурсларини ўрганиш шуни кўрсатдики, нисбатан енгил баён услубига эга, ижтимоий муаммоларни расмийликларсиз (ҳукумат газеталаридан фарқли равишда) ёритадиган нашрлар, веб-ресурсга босма вариантдаги мақолаларни кўчириб қўйишса-да, ўқувчилар томонидан ижобий баҳоланар экан. Мураккаб, узундан узоқ матнларнинг йўқлиги, енгил ифода услуби ва тили контентнинг қабул қилинишини янада жонлантиради.

Бироқ шу жиҳатларнинг ўзи ҳам унинг е-вариантда мукамаллигини таъминлаш учун кифоя қилмайди. Сарлавҳадан бошласак. Мақола услубига ишора қилиб, аммо ҳеч қандай ахборот тақдим этмайдиган сарлавҳа газета учун ютуқли бўлиши мумкин. Сайтда эса уни материал объекти ёки ҳодисага тааллуқли сўз билан тўлдириш зарур. Шунда яширин “ишора” ўқувчиларда тушунмовчилик туғдирмайди, аксинча, эътиборни жалб этувчи элементга айланади. Материал, гўё ўқувчини мулоҳазага чорлагандек, савол билан якунланади. Аммо қайта алоқа воситаларининг йўқлиги катта камчиликдир. Мақола мавзуси ўқувчиларни қизиқтириб қўйгани тайин ва агар сайтда шунга имкон бўлганида, улар албатта:

- 1) материални изоҳлаган, унга муносабат билдирган;
- 2) муаммони форумда муҳокама этган;
- 3) муаллиф билан е-почта орқали боғланиб, қўшимча маълумотлар берган бўларди.

Бу ерда бундай воситалар амалга татбиқ этилмаган. Хорижий нашрларда, шу каби публикациялар ифодавийлиги, таъсирчанлигини ошириш мақсадида, мақола эмоционал кайфиятига мос карикатура, фотоколлаж, фотослайд каби тасвирий-бадиий жанрлар терилади. Мазкур усул Интернет-публикация талабларига жавоб беради, боиси, у муаммони визуаллаштиради, бу эса ўз навбатида маълумотларнинг экран орқали

ўқилишига эмас, балки кўриб чиқилишига кўмак беради. Ахборот ўқилиши учун дастлаб ўқувчини тасвир жиҳатидан қизиқтира олиш керак.

Баъзан матбуотнинг е-вариантларида кенгайтириб чоп этиш усули қўлланиладики, бунда таҳлилий интервью ёки мақола веб-саҳифада тўлдирилган, нисбатан тўлиқроқ ҳажмда эълон қилинади. Босма нашрда эса қоғоз саҳифа майдонининг чекланганлиги бунга имкон бермайди. Ушбу йўналишнинг ўзига хослиги шундаки, юксак маҳорат билан ёритилган, эксперт баҳоси мавжуд ҳамда таҳлилий қимматга эга бўлган тақдирда, бундай материал, мавзу ёки публикация анонсини босма вариантда бериб борилиши орқали, кўп сонли ўқувчилар аудиториясини ўзига жалб қилиши мумкин. Мазкур ҳолатда веб-макон ҳажмининг чегара билмаслиги анъанавий ва электрон ёритишни ўзаро боғлайди.

Мавзунинг ўзига хослиги ва мураккаблиги журналистдан нафақат факт ва статистик маълумотларни тасвирлаш, қарши қўйиш ва қиёслашни, балки материал билан танишиш қулайлигини оширувчи, йўналтирувчи асосий маъновий блок(банд)ларни ажратишни ҳам талаб қилади. Айни шу боис, бунда бош сабаб сифатида материалнинг анъанавий шаклда тузилганлиги ҳамда унинг нотўғри веб-ташкиллаштирилганлигини кўрсатиш мумкин.

Биринчидан, у улкан яхлит материал кўринишида тақдим этилган, бу матннинг монитор экрани орқали қабул қилиниши қийинлаштиради (умуман олганда, бундай кўринишда уни босма саҳифалардан ҳам ўқиш қийин). Интернетда чоп этиш талабларига биноан, ўқувчининг материал билан тезроқ танишишини таъминлаш мақсадида, матнни алоҳида мантиқий қисмларга ажратиш ва қўшимча тагсарлавҳалардан фойдаланиш лозим (бу ўқишни осонлаштиради).

Иккинчидан, мақолада мультимедиа унсурларининг қўлланилиши материални бойитган, балки унинг қабул қилинишини енгиллаштирган бўларди. Масалан, графика шаклига келтирилган статистик маълумотлар,

фотосуратлардан (умумий, тематик бўлса ҳам) фойдаланиш публикацияга янада кўпроқ кўргазмалилик бағишлаган бўларди.

Учинчидан, материал худди қоғоздаги сингари статик, яъни турғун бўлиб, унда гиперҳаволали киритмалар мавжуд эмас. Унга калит сўзлар, аввал чоп этилган мақолалар билан боғлиқ мавзулар бўйича гиперлинклар, зарур йўлланмаларни киритиш мазмуннинг анча жонланишини таъминлаган бўлар эди.

Шу ва шу каби бошқа мисоллар материалнинг мазмунан бенуқсонлиги унинг веб-ресурсда тақдим этилишида йўл қўйилажак хатоларнинг олдини олмаслигини тасдиқлайди. Шунингдек, буларда веб-публикацияларга қўйилган, газета материаллари структуризациясини ўзгартириш, гиперҳаволалар киритиш, интерфаол методлардан фойдаланиш, визуал элементларни қўшиш ва ҳкз.ни назарда тутувчи талаблар аксар ҳолларда таҳририятлар томонидан ҳисобга олинмаслиги ҳам кузатилди.

Бундай ҳолатнинг сабаби веб-ресурс устида ишлашнинг ташкил этилиш жараёнида яширинган. Қоида бўйича, материални сайтга жойлаштириш масъулиятини веб-муҳаррир ўз бўйнига олади. Унинг вазифалари сирасига фақат материални таҳрир қилиш ва тасдиқлашгина эмас, балки уни ташкиллаштириш ишлари ҳам киради.

Сайтга кирган фойдаланувчи-ўқувчи материаллар ва суратларни пала-партиш, идрок қилинмай жойланишига кўзи тушса, чизгиларда назарга илинадиган нарсаларни илғамаса, уни ўқимай, бошқа web-саҳифага ўтиши аниқ. Ўқувчи сайтдан унга қизиқарли ва керакли бўлган нарсани тез, қийналмай топа олиши керак. Бу борада навигатор, яъни асосий саҳифада жойлаштирилган хабарга берилган суратларнинг кичрайтирилган нусхасига курсорни босиш орқали янгисига ўтишни, материаллар ва суратлар орасида уйғунлик бўлишини таъминлаши керак. Бу борада web-саҳифа макети уч йўналишга йуналтирилган бўлиши лозим:

- web-саҳифа фойдаланувчиси диққатини тортиш;

- ушбу web-саҳифанинг ўзигагина хос бўлган график қиёфага эга бўлиш;

- ўқувчини web-саҳифа мазмунига йўналтириш ва унга муҳим хабарларни ажратиб олишга ёрдам бериш.

Таҳлил натижаларига кўра, мазкур йўналишнинг келгуси тараққиётини таъминлаш учун Интернет-журналистика соҳаси бўйича билимларни ошириб бориш, веб-сайт фаолияти хусусиятларини ўрганиш, интерфаол воситалардан фойдаланиш кўникмаларини шакллантириш, шунингдек, воқеа-ҳодиса ва публикацияларни веб-форматда ёритиш маҳоратини ўзлаштириш зарур.

2.2. Интерактивлик имкониятларининг Интернетдаги матбуот нашрларида қўлланилиши ва имкониятлари

Интернет журналистлари деганда анъанавий ОАВлари мактабини ўтаган ушбу соҳада профессионаллик малакасига эга бўлган ёки эга бўлиш арафасидаги бошловчи – ҳаваскор журналистлар ва мухбирлар назарда тутилади¹. Ахборот тарқатувчи асосий субъектлардан бири журналист глобал миқёсда айтилса, ахборот асрининг одоби ҳам кўп жиҳатдан журналистнинг зиммасида. Ахборот маданиятининг ижтимоий – сиёсий, миллий, маънавий – маърифий, ҳуқуқий, фалсафий, эътиқодий, иқтисодий, ва умуминсоний аспекти ҳақида ҳам, биринчи навбатда ахборот маданиятини шакллантирувчи бош субъект – журналист қайғуриши керак.

Коммуникация воситалари ўз мақсадига кўра инсонларни ўзаро боғлаш ва улар ўртасидаги мулоқотни йўлга қўйишга хизмат қилади. Оммавий коммуникация, оммавий субъект, яъни турфа хилдаги ижтимоий қатламларнинг алоқа воситаси ҳисобланади.

Коммуникация Интернет ОАВ ёрдамида шундай тузилганки, бир томонда доимо ахборотни ишлаб-чиқарувчи мутахассис фаолият олиб борса, иккинчи томонда оммавий субъект – олдиндан миқдори аниқланмаган аноним фойдаланувчилар туради. Интернет ОАВда келиб чиқиши (муаллифи) номаълум маълумотларни кўплиги бежизга эмас. Интернет ОАВдаги коммуникация асосан ўзининг янги интерфаол даражаси билан фарқланади. Унда учта аспект ажратиб кўрсатилади: инсонлар ва ҳужжатлар (фойдаланувчилар учун ахборотга бўлган талабни юзага келтирмоқ ва уни реализация қилмоқ); инсонлар ва технология (информацион технологияларнинг фойдаланувчи учун қулайлиги); сўнгги навбатда, гап мазкур коммуникациянинг икки томонлама мулоқотга мувофиқлашганлиги

¹ Дўстмухамедов Х.Н. Журналистнинг касб одоби муаммолари: назарий методологик таҳлил. – Т.: 2008.- 776.

ҳақида бормоқда. Яъни, позитив ижтимоий мақсадларга эришишга ёрдам берувчи мулоқот технологияси ҳақида деса ҳам бўлади. Интернет ОАВ масаласига келсак, журналитлар ва жамият ўртасида коммуникация имкониятларининг реализация қилиниши, ҳокимият ва бизнеснинг асосий субъектлари кабиларни англаш лозим бўлади¹.

Интернет-технология коммуникацияни трансчегаравий бўлишга олиб келади. Мулоқот – мулоқот қилувчиларнинг каерда жойлашганликларига боғлиқ бўлмай қолади. Шунга мувофиқ Интернет ОАВ *ижтимоий-креатив* функцияни ҳам бажаради. Шуниси аҳамиятлики, Интернет ОАВда бир томонлама коммуникациядан икки томонлама коммуникация моделига ўтилади ва бу ҳолат фақатгина Интернет ОАВга хосдир. Интернет шароитида нафақат журналист, балки аудитория ҳам ахборотни ишлаб чиқиш ва оммалашитиш жараёнида иштирок этиши мумкин. Мазкур ҳолатда аудитория фақатгина ахборот истеъмолчиси сифатида чегараланиб қолмайди. Бирок интернет ОАВда интерфаол имкониятлардан фойдаланишда ролларнинг табиий бўлинишини ҳеч қачон енгиб ўтиб бўлмайди. Шу ўринда «интерфаоллик» ва «қайта алоқа» тушунчаларини ажратиб олишимиз лозим бўлади. Биринчиси иккинчисига нисбатан кенгрок тушунча ҳисобланади. Қайта алоқа – бу субъектнинг ўзи ҳақида маълум қилиши ва унинг реакциясини информацион ҳолатга (материал, узатиб бериш) таъсир этишидир.

Интерфаоллик тушунчаси бир қатор кенг имкониятларни ўзида мужассам этади, яъни фойдаланувчининг мавжуд маълумотларни назорат қилиши (савол, баҳо бериш ва бошқалар)ни ёритиш ва муҳокама қилиш орқали уни шаклланишида иштирок этиш, муҳокамада ташаббус кўрсатиш ҳамда бошқа фойдаланувчилар билан фикр алмашиш ва бошқалар. Мана шу

¹ www.google.uz

каби қатор имкониятлардан анъанавий ОАВларда ҳам фойдаланиш мумкин. Бу турдаги ОАВларда фойдаланувчилар ўртасидаги имконияларнинг энига намоён бўлиши ҳали юзага келмаган¹.

Бироқ янги технологиялар потенциали фақатгина инсонларнинг фаоллиги орқали юзага келади.

Шуниси характерлики, ғарб тадқиқотлари натижаларига кўра, фойдаланувчилар ўзларига ухшаганлардан кўра кўпроқ журналистларга (тахририят, бўлимларга) хабар юборадилар. Бу ерда кўпроқ анъанавий ОАВ ва жамият ўртасидаги алоқа натижасида орттирилган тажрибалар қўл келади. Мазкур ҳолат биринчи навбатда Интернетдаги замонавий алоқа формалари – ижтимоий тармоқлар ва бошқаларнинг ривожланиши оқибатида ўзгариб бормоқда. Америкалик тадқиқотчилардан бири интерфаолликни уч босқичини ажратиб кўрсатади:

- Икки томонлама, бироқ интерфаол коммуникация эмас (масалан қайта алоқани ташкил этувчи қўнғироқ ёки хатлар миқдори);
- Реактив ёки квазинтерфаол коммуникация (бу ерда бир томон иккинчи томон реакцияси ҳақидаги хабарни олади);
- Тўлақонли интерфаол коммуникация (бу ерда коммуникация субъектлари ахборот алмашиш жараёнида тенгликда иштирок этадилар).

Бугун Интернет ОАВнинг аудиторияси ўзи ва журналистлар ўртасидаги мулоқотнинг бир мунча кенг формалардан фойдаланадилар: алоҳида берилган (узатилган) мақола ва материалларни муҳокама қилиш, анкеталарни тўлдириш ва тахририят саволларига жавоб ёзиш, материалларни рейтингли баҳолашда иштирок этиш, тахририят ва аниқ журналистларга саволлар жўнатиш, ижтимоий муаммоларни муҳокама қилиш, янги

¹ www.yandex.ru

нашрларни мавзу ва қаҳрамонлари юзасидан фикр мулоҳазалар билдириш, шахсий материалларидан нашр учун жўнатиб туриш, шунингдек, журналистлар билан блоглар орқали фойдаланувчилар билан эса ижтимоий тармоқлар орқали алоқада бўлиб туриш.

Интернет икки томонлама мулоқотнинг ривожланишига улкан имкониятлар яратиб берди. Бироқ мазкур имкониятларни очиб бериш журналистлар ва фойдаланувчиларнинг саъи-ҳаракатларига боғлиқдир.

Ахборот узатиш функцияси. ОАВнинг асосий вазифаси – жамиятдаги ахборот алмашинувига хизмат қилишдан иборатдир. Бугунги кунда Интернетдан фойдаланишнинг асосий мақсад – ахборот излашдир. Сунгги ойда Интернет тармоғида нималар билан машғул бўлдингиз? Деган саволга олинган жавоблар билан танишиб чиқинг. (Илк беш ойликда сўровномада иштирок этганларнинг фоиздаги миқдори):

Ахборот излаш 24,1%

Файлларни кўчириб олиш 19,1%

Мулоқот учун программалардан фойдаланиш 15,2%

Чат, фомум ва ньюс гуруҳларда иштирок этиш 8,4%

Интернет дўконларидан харид қилиш 6,1%¹

ОАВнинг умумий табиатига мувофиқ ҳолда Интернет каналларидаги ахборот ҳамма учун очиқ, чекловлар фақат маблағ томонлама бўлиши мумкин.

Информацион технологияларнинг ривожини билан бир қаторда, ижтимоий технологияларни ҳам таҳлил этиш лозим бўлади. Фуқароларни

¹ www.google.uz

коммуникация жараёнида иштирок этиш ҳолатини такомиллаштириш жараёнида реал натижаларга эришиш кўзланади. Қатор тадқиқотчиларнинг фикрларига кўра, Интернетда бу ҳолатга бошқа анъанавий ОАВга нисбатан яхшироқ эришиляпти деб бўлмайди. Анъанавий ОАВ ва Интернетнинг ўзаро бирлашуви балки кутилган натижаларни берар. Характерли томони шундаки, Интернет кашф этилган илк йилларда кўплаб америкалик онлайн – тахририятлар ўз сайтларига форум ва чатларни киритдилар. Умуман олганда,

Интернет ахборотларни архивлашдаги улкан имкониятлар, маълумотлар омборони яратиш имконини берувчи тармоқ ҳисобланади. Сунгги йилларда қоғозли матбуотнинг камайиб кетиши натижасида, олимлар шуни англаб етишдики, офлайн ва онлайн иттифоқи аудитория контентини пайдо бўлишига ёрдам беради, бу эса ўз навбатида, унинг бренд атрофида бўлишига олиб келувчи йўллардан бири саналади. Ғарб тадқиқотчиларининг фикрича, аудиторияни контент яратишдаги иштироки жиддий миқёсга кўтарилиши мумкин¹.

“Интерактивлик” ва “тескари алоқа” тушунчаларини фарқлаш лозим. Биринчиси иккинчисидан кенгроқ. Тескари алоқа – бу субъектнинг таъсири, нидосидир, ахборот таъсири ҳисобланади (материал, узатишга). Айнан шу жиҳатдан Интернет-ОАВ да авваламбор форум функцияси қўлланилади”. Ташрифлар кўрсаткич ҳам тескари алоқа ролини бажаради, улар фойдаланувчилар сайт билан қизиқишларидан далолат беради. Интерактивлик янада кенгроқ имкониятларга эга: фойдаланувчининг мазмунни назорат қилиши (сўров, баҳолаш), ёритиш ва муҳокама қилиш учун муаммоларнинг қўйилиши орқали уни шакллантиришда иштирок этиш, муҳокамасида ташаббусни намоён этиш, бошқа фойдаланувчилар билан фикр алмашиш ва ҳ.к.

¹ Рэдик Р., Кинг Э. Журналистика в стиле он-лайн: использование Интернет и других электронных ресурсов / Пер. с англ. – М.: Вагриус, 1999

Журналист билан аудитория муносабати ўзига хос ва бетакрор парадоксал ҳолатларга бой бўлади, баъзан журналист икки ўт орасида қолади, вазиятдан чиқиш чораларини топишга қийналади. Албатта, бундай ҳолатларда журналистдан катта касбий тажриба, малака ва маҳорат илми талаб қилинади. Бунда муҳим афзалликлардан бири информацион материал яратишнинг барча босқичлари биргина журналист томонидан амалга ошириладиган ягона жараёнга бирлаштирилишида намоён бўлади. Мазкур жараён ахборот мавзусини аниқлаш, манбаларни излаш, маълумот йиғиш, интервью олиш, тегишли мутахассислар билан учрашиш, ахборотни статистик маълумотлар билан солиштиришдан бошлаб то репортаж ёки мақола устида бевосита иш олиб боришгача давом этади. Айни шу сабабдан журналистнинг Интернет нашрда муваффақиятли ва профессионал иш олиб бориши учун, у юқори даражада касбий малакага эга бўлиши; Интернетнинг ўзига хос хусусиятларидан хабардор бўлиши; глобал тармоқнинг қидирув тизимлари билан ишлай олиши; техник ва технологик янгиланишлар борасида доимий равишда ўз билимини ошириб бориши ва қатор бошқа жиҳатларга эътибор қаратиши даркор. Журналист ўз фаолияти давомида холисликни сақлаши учун ниҳоятда зарур фикр бу.

Муайян ахборотни тарқатишда, хусусан танқидий ва таҳлилий мулоҳаза билдирилаётганда ҳар қандай ҳақиқатда камида икки хил фикр мавжуд бўлишини унутмаслик керак. Битта манбадан олинган маълумот билан чекланиш, фақат шунггина асосланиб хабар тарқатиш юзакичиликка, бирёқламачиликка, ҳатто чала ва чалкаш ахборот тарқалишига олиб келиши мумкин. Икки ва ундан ортиқ фикрдан мумкин қадар тўла фойдаланиш тажрибаси журналист меҳнатини тўқисроқ кўрсатади, бу ақидани унутмаган журналист омма олдида ҳам ахборот манбаи ва жамоатчилик олдида ҳам панд емайди.

Журналистика тезкорликни талаб қиладиган фаолият соҳасидир. Аммо тезкорликка эришиш учун шошма-шошарлик қилиш шарт эмас.

Фактларни имкон қадар текшириш лозим. Журналист ўз маҳсулотининг тилига, оҳангига, сифатига ҳам жиддий эътибор бериши лозим. Сабаби, улар томонидан енгилтаклик қилибми, эҳтиётсизлик биланми ёки саводсизлик туфайлими ёхуд атайин қилинган ҳар бир хато ва қонунбузарлик журналистларнинг ўзларига қарши ишлайди, журналист касбининг обрўсини тўкади, оммавий ахборот воситасининг қадрини туширади, уни маънавий, сиёсий ва молиявий таназзулга судрайди.

Интернет тизимида фаолият юритувчи журналистлар радио, телевидение, матбуотда фаолият юритувчи журналистлардан фарқ қилмаган ҳолда, уларнинг хусусиятларини ўзида мужассамлаштириб, ўз фаолиятини бажаради.

Маъносига кўра коммуникация воситалари кишиларни бир-бирига боғлаши, уларнинг мулоқотига хизмат қилади. Оммавий коммуникация оммавий субъект – турли ижтимоий табақаларнинг кўплаб вакиллари учун алоқа воситаси ҳисобланади.

Интернет-ОАВ воситасида коммуникация, бир кутбда ахборотларни малакали ишлаб чиқарувида амал қилади, бошқасида доимий тарзда оммавий субъект – сони бўйича аввал ноаниқ бўлган кўплаб яширин (аноним) фойдаланувчилар қолади. Яширинликка кўпинча ҳатто ахборотни ишлаб чиқариш кутби мойил бўлади, ушбу медиали муҳитда табиатининг кучи айнан шундадир. Интернет-ОАВ да маълумотлар кўплиги, уларнинг келиб чиқиши белгиланмагани бежиз эмас. Қайтадан бу флеш ва смарт-мобларнинг пайдо бўлиши билан англанди, бунда яширинлик тамойилга асосланган. Интернетда коммуникация интерактивликнинг қатъиян янги даражаси билан фарқланади. Унда учта жиҳат ажратилади: “кишилар ва ҳужжатлар” (фойдаланувчининг ахборотга сўровини шакллантириш ва амалга ошириш имконияти), “кишилар ва технология” (фойдаланувчилар учун ахборот технологияларининг мослашувчанлиги, қулайлиги), шунингдек, “кишилар ва кишилар”. Кейинги ҳолатда гап ушбу

коммуникациянинг икки томонлама мулоқотга мослашиш, ижобий ижтимоий мақсадларга эришишга кўмаклашувчи муомаланинг ижтимоий технологиялари тўғрисида бормоқда. Интернет-ОАВ ҳолатида журналистлар, жамият, ҳукумат ва бизнес – замонавий жамиятнинг амал қилиш таҳлилида ажратилган асосий субъектлар ўртасида коммуникациянинг имкониятлари қандай амалга оширилишини тушуниш муҳимдир.

Интернет технология коммуникацияларни трансчегаравийга айлантиради. Мулоқот, мулоқот қилувчиларнинг жойлашган жойига боғлиқ бўлмай қолади. Бунинг асосида Интернет–ОАВ ижтимоий-креатив вазифани бажариши, яъни ягона ахборот базаси ва умумий қимматли-меъёрий асосни шакллантириши мумкин.

Ахборотни оммавий алмашиш воситаларини ривожлантиришнинг умумий йўналиши анъанавий ОАВ га хос бўлган иерархик ўрнига (мулоқот субъектларининг биттасига устунлик қилган ҳолда вертикал), гетерархик тартибни тасдиқлашдан (горизонтал, тенг ҳуқуқли) иборат. Бироқ, фақат Интернетда бир томонлидан икки томонли коммуникациялар моделига ўтиш юз беради.

Интернет шароитида нафақат журналист, аудитория ҳам ахборот ишлаб чиқариш ва алмашишда ўзаро иштирок этиши мумкин. Аудитория фақат хабар олувчи бўлмайди. Бироқ ОАВ да интерактив имкониятлардан фойдаланиш ролларини табиий тақсимлашни бартараф эта олмайди. ОАВ да контентда шакллантириш ва мулоқотни ташкил этишдаги ташаббус доим малакачиларга – таҳририятга тегишли бўлади¹.

Бу тоифадаги баъзи имкониятлар анъанавий ОАВ да ҳам қўлланилиши мумкин. Лекин у ерда фойдаланувчилар ўртасида горизонтал бўйича муомала имконияти мавжуд бўлмаган. Бироқ янги технология салоҳияти

¹ История организации и принципы функционирования глобальной компьютерной сети Интернет. Роль и значение современных информационных технологий в государственном управлении. – Т.: UZINFOCOM, 2008

фақатгина кишиларнинг фаоллиги орқали амалга оширилади. Таҳририятда тегишли опцияларни очиш истаги туғилиши, фойдаланувчилар эса унга мурожаат қилишлари лозим. Ғарб тадқиқотлари маълумотларига кўра, фойдаланувчилар хабарларни “ўзлари кабиларга” эмас, балки журналистлар (таҳририят, бўлимга) жўнатишни маъқул деб биладилар. Бунда, авваламбор, амалиётда жамият билан анъанавий ОАВ нинг ўзаро муносабатида юзага келган бирламчи тартиб намоён бўлади. Мазкур ҳолат авваламбор Интернетда замонавийроқ мулоқот шакллари - блогосфера, ижтимоий соҳаларни ривожлантириш орқали ўзгаради.

Америкалик тадқиқотчилардан бири интерактивликнинг уч босқичини фарқлайди:

- икки томонлама, лекин интерактив коммуникация эмас (масалан, баъзи кўнғироқ ёки мактаблар сони мавжудлиги, айнан тескари алоқадир);
- раектив, ёки квази интерактив коммуникация, бунда бир кутб бошқасининг таъсирланиши тўғрисида хабар олади (яъни яна тескари алоқага эга бўлади);
- тўлиқ интерактив коммуникация, бунда коммуникациянинг барча субъектлари “тенгликда” ахборот алмашишда иштирок этишлари мумкин.

Анъанавий ОАВ ларнинг қўлга киритган тескари алоқа шакллари ва ўзининг умумий интерактивлик қобилиятини мерос қилиб олган ҳолда Интернет - ОАВ уларни асл икки томонлик, ҳақиқий интерактивлик даражаси, яъни бир томондан тўғри (бир вақтли) ва тескари (асинхрон) (турли вақтли) тескари алоқани уйғунлаштиришгача, бошқа томондан фойдаланувчилар ўртасида ахборот алмашиш имкониятини ривожлантириши мумкин.

Буларнинг ҳаммаси айнан битта медиали муҳитда юз беради. Албатта, фойдаланувчи тақдим этилган барча имкониятларга эга бўлишини енгиллаштиради. Бу ҳолатни анъанавий ОАВ ларда ўз ўрнига эга бўлган ҳолатлар билан қиёслаймиз, бунда ахборот ишлаб чиқариш маркази билан

алоқа ўрнатиш учун медиа муҳити- телефония, пейджик алоқа, Интернетга ўтиш зарур.

Интернет-ОАВнинг коммуникатив функциясини мулоҳаза қилишда улар интерактивликка қай даражада интилишлари муҳим лаҳза ҳисобланади. Аслида: Тармоқда икки томонли алоқага мослаштирилган ресурс турлари (улар кўпайиб бормоқда), бинобарин кўринмас воситачиларнинг иштирокисиз мавжуддир (кўринмаслари, яъни провайдерлар доим бўлган). Лекин ўзга ресурслардан бошқа фарқлар ҳам мавжуд: ОАВ кўплаб иштирокчилар билан долзарб ижтимоий муаммоларни жамоатчилик билан муҳокамасини фокуслаштириш учун реал асос яратади.

Интернет нашрларда берилган материални ўқимишли қилишда, сайтларда фойдаланувчи-ўқувчини ушлаб туришнинг яна бир омили, бу сарлавҳа ва суратларнинг дизайнидир.

Бугунги кунда Интернет-ОАВ оммаси ўзаро ва журналистлар билан мулоқотнинг кенг доирасидан фойдаланишлари мумкин: алоҳида нашр ёки кўрсатувни муҳокама қилиш, анкеталарни тўлдириш ва таҳририятнинг саволларига жавоб бериш, материалларнинг рейтинг баҳосида иштирок этиш, саволларни таҳририят ва муайян журналистлар ёки иштирок этирувчиларга жўнатиш, бутун каналнинг ишини баҳолаш, ижтимоий муаммоларни муҳокама қилиш, келгуси нашрларнинг мавзулари ва персонажлари бўйича таклифлар киритиш, чоп этиш учун шахсий материалларни жўнатиш, блоглар орқали журналистлар бюилан, ўзаро эса - ижтимоий тармоқларда алоқа ўрнатиш.

ХУЛОСА

Бугунги кунда Президентимиз Ислом Абдуганиевич Каримов томонидан айнан интернет тизимига қаратилаётган эътибор диққатга сазовардир. «Хусусан, энг тезкор ва таъсирчан ахборот воситаси бўлмиш интернет журналистикасига, уни хар жиҳатдан чуқур эгаллашга бўлган интилишнинг тобора кучайиб бораётгани миллий матбуотимизнинг халқаро медиа майдонда ўз муносиб ўрнини топиши учун муҳим омил бўлиб хизмат қилмоқда»¹. Статистик маълумотларга қараганда, дунё бўйлаб 58 млн. инсон интернетдан фойдаланади. Ва бу кўрсаткич йил сайин тўрт фоизга ортиб бормоқда².

Мамлакатимизда ахборот-коммуникация технологиялари соҳасини жадал суръатлар билан ривожлантириш, соҳанинг энг янги ютуқларини ўзлаштириш, ахборотлашган жамият сари жадал интилишга қаратилган амалий чоралар кўрилмоқда.

Хусусан, Президентимиз И. Каримовнинг Ўзбекистон Республикаси Конституцияси қабул қилинганининг 18 йиллигига бағишланган “Мамлакатимизни модернизация қилиш йўлини изчил давом эттириш – тараққиётимизнинг муҳим омилидир” деб номланган маърузасида алоҳида таъкидлаганидек, “Замонавий ахборот ва компьютер технологиялари, рақамли ва кенг форматли телекоммуникациялар, Интернетни нафақат мактаб, литцей, коллеж ва олий ўқув юртларига, балки ҳар бир оилага жорий қилиш ҳаракатлари бугунги кунда тобора кучайиб бормоқда. Айнан замонавий алоқа ва ахборот технологиялари тизимини кенг кўламда

¹ Каримов И.А. Оммавий ахборот воситалари ходимларига. 27.06.2012. – <http://www.press-service.uz/>

² Olam.uz портали статистикаси WWW.UZ-<http://www.uz/ru/catalogue/toprating/topid/25667>

ривожлантириш мамлакатимиз ва амиятимизнинг тараққиёт даражасини кўрсатадиган мезонларидан бири бўлиб хизмат қилади”¹.

Миллий босма ОАВ веб-ресурслари ўзига хослиги мазкур тадқиқот доирасида улар эришган ютуқ ва камчиликлар, Интернет-технологиялардан фойдаланиш самарадорлиги, глобал ахборот бозори шароитидаги фаолияти хусусиятлари жиҳатидан ўрганилди. Изланиш давомида республика босма нашрларининг веб-сайтлари таҳлил қилинди, натижада, бу ОАВ Интернет-кўринишлари ривожланиш қонуниятлари, уларнинг ахборот бозорида тутган ўрни аниқланди. Таҳлил бирламчи-визуал кўрсаткичлар, информацион архитектура, нашрнинг мазмуни “мағзи” (контент), интерфаол имкониятлари, фойдаланишга қулайлиги (техник ва мазмуний таркиби жиҳатидан), публикацияларнинг медиавий хусусиятлари, реклама сиёсати каби мезонларга таянган ҳолда ўтказилди.

Қайд этиш жоизки, фойдаланувчилар томонидан максимал томоша қилиш учун ҳал этиладиган маркетинг масалалари журналистлар, муҳаррирларни янгилик продюссорларини сарлавҳаларда омма учун янада таниш, жозибали эътибор марказлари билан боғлиқ таянч сўзлардан фойдаланишга мажбур қилади.

Интернет бу — вақт, макон ва жўғрофик чегараларнинг мавжудлигига қарамай, компьютер ва кичик тизимларнинг ўзаро алоқа боғлаб, глобал ахборот инфратузилмасини шакллантирувчи бутунжаҳон компьютер тармоғидир. Ундаги протоколлар тизими орқали бошқариладиган барча тармоқлар бир-бири билан ўзаро алоқада ишлайди ва мижоз, яъни фойдаланувчилар учун қуйидаги операцияларни бажаришга имкон яратади:

- маълумотни сақлаш, излаш, чоп этиш, кўчириш, жўнатиш ва қабул

¹ Мамлакатимизни модернизация қилиш йўлини изчил давом эттириш – тарққиётимизнинг муҳим омилидир. Президент Ислам Каримовнинг Ўзбекистон Республикаси Конституцияси қабул қилинганининг 18 йиллигига бағишланган тантанали маросимидаги маърузаси. // Халқ сўзи. 2010-йил 8-декабр, №236.

қилиш;

- матн, товуш, видео, фото, графика, мусиқа ва бошқа шакллардаги маълумотларни интерфаол равишда алмашиш.

Бугунги кунда Интернет кенгликлари бўйлаб нафақат компьютер, балки уяли телефонлар ёрдамида ҳам ҳаракатланиш оддий ҳолга айланиб бормоқда. Кундан-кунга такомиллаштирилган восита ва кашфиётлар ҳам синовдан ўтказилмоқда. Бутунжаҳон тармоғи бугунги кунгача маълум бўлган барча ахборот манбаларидан (телевидение, радио, матбуот нашрлари) фарқли ўлароқ, ўз истеъмолчиларига ҳар қандай маълумотни исталган шаклда, фойдаланувчилар қизиқиш ва хоҳишларига қараб, индивидуал равишда олиш учун қулай имконият яратиб беради. Бунинг аҳамиятли томони шундаки, инновацион технологиялардан фойдаланиш Интернет тармоғида юзага келувчи муаммоларни ҳал қилиш ва ахборотга нисбатан ортиб бораётган талабни қондиришга ёрдам беради.

Шу ўринда ахборотларнинг индивидуаллаштирилиши юқори поғонага кўтарилади. Буларнинг барчаси Интернет вазифаларининг янада кенгайишига имконият яратади. Ваҳоланки, дастлаб унинг функцияси фақат маълумот юбориш ва қабул қилиш билан чекланган. Бугунги кунга келиб on-line тизимида юқори технологияларга асосланган воситалар мавжуд бўлиб, улар ёрдамида ахборотлаштириш соҳасидаги "ишлаб чиқариш" жараёнининг самарадорлиги бир неча баробарга ўсди.[№]

Ахборот технологияларининг ривожини бугунги кунда бевосита Ўзбекистон журналистикасига ҳам ўз таъсирини кўрсатиб келмоқда. Юқорида қайд этганимиздек, айнан шу жараён ўқувчига материалларнинг тез ва сифатли етказиб берилишини таъминламоқда. Бугунги кунда мамлакатимизнинг етакчи электрон ОАВларнинг нашрлари ва ахборот агентликларининг электрон саҳифалари бўлган ва uz доменида самарали фаолият юритиб келаётган www.gorizont.uz, www.uza.uz, www.UzReport.com,

www.vesti.uz, www.jahon.uz ва бошқа сайтлари Интернет журналистиканинг аста-секинлик билан бўлса ҳам ривожланиб бораётганини кўрсатади.

Интернет ўз моҳияти жиҳатидан тўлиқ равишда ахборотдан иборатдир. Ушбу фикримизни тадқиқотнинг таҳлил этилган масалалар ҳам исботлаб турибди. Бу ўринда Ўзбекистонда фаолият юритаётган Интернет нашрларнинг ўзига хос хусусиятлари қуйидагилардан иборат эканлигини кўрамыз.

1. Электрон нашр журналистлари томонидан қўлланилган демократик ва плюралистик тамойиллардир.
2. Интернет нашрларнинг ранг-баранглиги ва объективлиги.
3. Улардаги материалларда таҳлилийликнинг мавжудлиги¹.

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

Журналистларни жиддий тарзда шахсий фойдалилиги билан шуғулланишга мажбур қилган иккинчи муҳим омил, малакасиз ахборот

¹ www.infocom.uz

ишлаб чиқарувчилар иштирокида яратилган фуқаролик медиалари томонидан жиддий рақобат бўлди.

Бугунги ахборот технологиялари ривожланган ва глобаллашган жамиятда журналистика кишилиқ ҳаётининг ажралмас бўлагига айланиб улгурган. Ер куррасининг турли нуқталарида юз бераётган ҳар қандай воқеа-ҳодиса қисқа фурсатда жаҳон афкор оммасига кундек равшан бўлади. Бу ҳам журналистиканинг аҳамияти бугунги кунда қай даражада муҳим эканлигидан далолат беради. Айниқса ахборот хуружи, дунёни қурол билан эмас, информация ёрдамида бўйсундиришга, кенг жамоатчилик фикрини ва дунёқарашини маълум мақсадларга йўналтиришда унинг имкониятларидан кенг фойдаланилаётгани ҳам фикримизнинг нақадар тўғрилигини исботлаб беради.

Медиабозордаги вазиятни кузатиб борувчи мутахассислар баҳосига кўра, газета сайти “ўқувчилар билан мулоқот қилишнинг замонавий воситаси, майдони, аудитория билан алоқа ўрнатишнинг кучли ва тезкор канали”¹дир. Шу боис, таҳририят веб-ресурс яратиш учун қайси форматни танлашидан қатъий назар, газета (ёки журнал) сайти асосий маҳсулот (газета ёки журнал) истеъмолчиси учун қўшимча қулайликлар тақдим этувчи мустақил медиалойиҳа саналишини таъкидлаб ўтиш лозим.

¹ Калмыков А.А., Коханова Л.А. Интернет-журналистика. Учебное пособие. М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2005

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

Расмий адабиётлар:

1. Ўзбекистон Республикасининг Конституцияси. – Т.: Ўзбекистон, 2012 йил.
2. “Оммавий ахборот воситалари тўғрисида”ги Ўзбекистон Республикаси Қонуни // Янги тахрирда. – Т., 2007 йил.
3. “Ахборотлаштириш тўғрисида”ги Ўзбекистон Республикаси Қонуни // Янги тахрирда. – Т., 2003 йил.
4. “Алоқа тўғрисида”ги Ўзбекистон Республикаси Қонуни. – Т., 1992
5. “Телекоммуникациялар тўғрисида”ги Ўзбекистон Республикаси Қонуни. – Т., 1999 йил.
6. Каримов И.А. “Жамиятимиз мафкураси халқни халқ, миллатни миллат қилишга хизмат этсин”// Баркамол авлод орзуси (Кадрлар тайёрлаш Миллий дастурини амалга ошириш борасида публицистик мулоҳазалар) – Т.: “Шарқ”, 1998 йил.
7. Ўзбекистон Республикаси “Ахборот ресурсларини тайёрлаш ва уларни маълумотларни узатиш тармоқларида, шу жумладан, Интернетда тарқатиш тартиби тўғрисида” Низом. – Т., 1999 йил.
8. Ўзбекистон Республикаси Президентининг матбуот ва оммавий ахборот воситалари ходимларига табриги. – Т.: “Халқ сўзи”, 2010 йил
9. Ф.П.Нестеренко ва бошқалар. Луғат-маълумотнома: журналистика, реклама, паблик рилейшнз. 1700 та атама. – Т.: “Зар қалам”, 2003 йил
10. История организации и принципы функционирования глобальной компьютерной сети Интернет. Роль и значение современных информационных технологий в государственном управлении. – Т.: UZINFOCOM, 2008 йил.

Асосий адабиётлар:

11. Засурский Я. Масс-медиа второй республики.- М., 1999 йил.
12. Рашидова Д., Муратова Н. Интернет журналистика. – Т., 2007 йил

- 13.Рашидова Д. Интернет в Узбекистане: возможности и проблемы. – Т.,2003 йил.
- 14.Қосимова Н. Internet jurnalistikaning texnologik asoslari, 26-27 betlar. Т., 2012 йил.
- 15.Мўминов Ф. Jahon jurnalistikasi tarixi. Т.: Fan va texnologiya. 2008. Darslik. 210-,266-, 283-betlar.
- 16.Қудратхо'jayev Sh. Internet: tarixi, tuzilishi, texnik xavfsizlik. O'quv-uslubiy qo'llanma. Т.: O'zbekiston. 2011. 26-bet
- 17.Калмыков А.А., Коханова Л.А. Интернет-журналистика. Учебное пособие. М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2005 йил.
- 18.Рэдик Р., Кинг Э. Журналистика в стиле он-лайн: использование Интернет и других электронных ресурсов / Пер. с англ. – М.: Вагриус,1999 йил.
- 19.Dominick. Joseph R. The Dynamics of mass communication. New York, 1996 йил.

Илмий мақолалар

1. Ш.Қудратхўжаев. Интернет: ривожланиш босқичлари ва замонавий таъсирлар. // Нуқуқ ва бurch. № 11, 2010 йил, 44-бет.
2. Ш.Қудратхўжаев. Интернет ва атом. // Жамият ва бошқарув № 1 2010 йил.
3. Н.Муратова. ОАВ ва Интернет Конвергенция ва замонавий журналистиканинг янги кўринишлари. // Ўзбекистон матбуоти, № 4 2005 йил 40-бет.

Интернет веб-сайтлари

1. www.gov.uz
2. www.press-servic.uz
3. www.uz
4. www.ziyonet.uz

5. www.senat.gov.uz
6. www.edu.uz
7. www.google.uz
8. www.Ict.gov.uz
9. www.lex.uz
10. www.aci.uz
11. www.stat.uz
12. www.norma.uz
13. www.infocom.uz
14. www.yandex.ru
15. www.olam.uz
16. www.facebook.com