

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

ЎЗБЕКИСТОН ДАВЛАТ ЖАҲОН ТИЛЛАРИ УНИВЕРСИТЕТИ

ХАЛҚАРО ЖУРНАЛИСТИКА ФАКУЛЬТЕТИ

**ХАЛҚАРО ЖУРНАЛИСТИКА НАЗАРИЯСИ ВА
АМАЛИЁТИ КАФЕДРАСИ**

**ТУРАЕВА ЛАЙЛО ОЙБЕКОВНА
“THE TIMES” АНГЛИЯ МАТБУОТИНИНГ ЕТАКЧИ
НАШРИ СИФАТИДА**

**мавзусида 5320400 – халқаро журналистика йўналиши
бўйича бакалавр даражасини олиш учун**

БИТИРУВ МАЛАКАВИЙ ИШИ

“ҲИМОЯГА ТАВСИЯ ЭТИЛАДИ”

**Халқаро журналистика назарияси
ва амалиёти кафедраси мудири**

**_____ ф.ф.н. Н.Тошпўлатова
2014 йил “26” май**

ИЛМИЙ РАҲБАР:

**_____ Ё.Эркабоева
2014 йил “26” май**

Тошкент – 2014

ҲИМОЯГА РУХСАТ ЭТИЛДИ:

Факультет декани: _____ А. Нурматов
Кафедра мудири: _____ Н.Тошпулатова
Илмий раҳбар : _____ Ё.Эркабоева
Расмий тақризчи: _____ С. Максумов

БИТИРУВ МАЛАКАВИЙ ИШИ МАВЗУ:“THE TIMES” АНГЛИЯ МАТБУОТИНИНГ ЕТАКЧИ НАШРИ СИФАТИДА

**ДАК қарори: ўзбек гуруҳи талабаси
Тураева Лайлонинг**

**битирув малакавий иши “_____” га баҳолансин.
26 май 2014 йил**

ДАК раиси: _____ Б.Алимов
ДАК котибаси: _____ Ф.Раҳимова

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

ЎЗБЕКИСТОН ДАВЛАТ ЖАҲОН ТИЛЛАРИ УНИВЕРСИТЕТИ

Факультет: Халқаро журналистика
Кафедра:Халқаро журналистика назарияси ва амалиёти
кафедраси
Таълим йўналиши: Халқаро журналистика

“Тасдиқлайман”
Халқаро журналистика
назарияси ва амалиёти
кафедраси мудири
ф.ф.н .Н.Тошпўлатова

__ май 2014 й.

Битирув малакавий ишни бажаришга
ТОПШИРИҚ
Тураева Лайло Ойбековна

1.БМИ мавзуси: “The Times” англия матбуотининг етакчи наشري сифатида

2. БМИ мавзуси университетнинг 2013 йил “31” декабрдаги 275/б-сонли буйруғи билан тасдиқланган.

3. Тугалланган ишни топшириш муддати: 2014 йил “20” апрель

4. Битирув малакавий ишни ёзиш бўйича кўрсатма:

а) ишнинг бошланғич маълумотлари: Президентимиз И.А.Каримов асарлари, журналистика назариясига оид китоблар, ўқув қўланмалари, босма ва электрон нашр нусхалари

б) иш таркиби: 2 боб, ҳар бир бобда 3 тадан параграф

в) ишнинг умумий ҳажми: 70 бет

г) ишнинг иловаси: мавзу юзасидан материаллар, чоп этилган илмий мақола

д) ишни ёзиш режа-жадвалини 2013 йил “1” майгача тақдим этиш;

е) ишни меъёрий талабларга мувофиқ расмийлаштириш 2013 йил __май.

6. Топшириқ берилган кун: 20.11.2012

Битирувчи: Л. Тўраева

Илмий раҳбар: Ё. Эркабоева

	Бўлим мавзуси	Маслаҳатчи ўқитувчи Ф.И.Ш	Сана	Имзо
			Топшириқ берилди	Топшириқ бажарилди
I	“The Times” газетасининг Англия матбуот нашрлари тизимида тутган ўрни	Ё.Эркабоева	15.11.2013	15.01.2013

1.1	“The Times” нашрининг тарихи ва ривожланиш тенденциялари	Ё.Эркабоева	11.02.2014	11.02.2014
1.2	“The Times” кундалик газетасининг типологик хусусиятлари	Ё.Эркабоева	22.03.2014	26.03.2014
1.3	“The Times” газетаси дизайнининг ўзига хосликлари	Ё.Эркабоева	31.03.2014	31.03.2014
II	“The Times” газетаси фаолиятида мавзу, касбий маҳорат ва этика масалалари	Ё.Эркабоева	8.04.2014	8.04.2014
2.1	“The Times” газетасида мавзу танлаш ва янгиликларни узатишда касбий маҳорат масалалари	Ё.Эркабоева	24.04.2014	24.04.2014
2.2	Касбий этика тамойилларига амал қилиш нашр фаолияти самарадорлигининг муҳим омили сифатида	Ё.Эркабоева	30.04.2014	30.04.2014
2.3	Газетанинг он- лайн версияси таҳлили	Ё.Эркабоева	15.05.2014	15.05.2014

7. Битирув ишини бажариш режаси

№	Битирув иши босқичларининг номи	Бажариш муддати (сана)	Текширувдан ўтганлик белгиси
1.	Кириш	10.10.13 – 18.11.13	+
2.	1 бўлим	11.11.13 -.20.01.14	+
3.	2 бўлим	23.02.14 -13.03.14	+
4.	Хулоса	14.03.14- 20.04.14.	+

**Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университети халқаро
журналистика факультети битирувчиси Тураева Лайло Ойбековнанинг
“«The Times» газетаси Англия матбуотининг етакчи нашри сифатида”
мавзусидаги битирув малакавий ишига**

Илмий раҳбар хулосаси

Битирувчи Тураева Лайло Ойбековнанинг «The Times» газетаси Англия матбуотининг етакчи нашри сифатида мавзусидаги битирув малакавий иши Англия матбуотининг етакчи нашри ҳисобланган «The Times» газетасининг пайдо бўлиш давридан бугунги кунгача бўлган фаолиятини таҳлил қилишга бағишланган. Иш режаси методологик нуқтаи назардан тўғри ишлаб чиқилган. Ушбу тадқиқот ишини илмий ўрганиш жараёнида талаба ўз олдида кўйган мақсад ва вазифаларни тўлиқ бажара олган. Ўрганилаётган муаммони нафақат тадқиқотчи сифатида, балки амалиётда қўллай олишга тайёр мутахассис нуқтаи назаридан ёндашган ҳолда таҳлил эта олган.

Битирув малакавий иши кириш, тўрт фаслни ўз ичига олган икки боб, хулоса ва фойдаланилган адабиётлар рўйхатидан иборат. У мазмун ва моҳиятига қараб режа асосида, белгиланган талаб даражасида таҳлил қилинган. Ишнинг мазмуний кетма-кетлиги тўғри тузилган ва мантиқий тугалликка эга.

Битирув малакавий ишида тадқиқотчи нашрнинг тарихи, ривожланиш тенденцияси, тили, услуби ва журналист маҳорати жиҳатидан ўрганиб, унинг ўзига хос хусусиятларини илмий таҳлил этган. Бу борада у «The Times» газетасида ёритилган мақолаларни, уларда кўтарилган масалаларни аторфлича таҳлил қилган. Нашрдаги мақолаларнинг журналистика тараққиётида ўз ўрни ва аҳамияти борлиги ҳақида илмий хулосалар чиқарган.

Ушбу битирув малакавий ишидан журналистика назарияси йўналиши бўйича махсус курсларни ўқитишда назарий манба сифатида фойдаланиш мумкин.

Битирувчи Тураева Лайло Ойбековнанинг «The Times» газетаси Англия матбуотининг етакчи нашри сифатида мавзусидаги битирув малакавий иши тугалланган кичик илмий тадқиқот иши сифатида Давлат аттестация комиссиясининг битирув малакавий ишлари бўйича талабларига тўлиқ жавоб беради ва ҳимояга тавсия этилади.

Илмий раҳбар

Ё.Эркабоева

Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университетининг халқаро журналистика факультети талабаси Тураева Лайло Ойбековнанинг “«The Times» газетаси Англия матбуотининг етакчи нашри сифатида” мавзусидаги 5220100 – халқаро журналистика йўналиши бўйича бакалавр даражасини олиш учун тайёрлаган битирув малакавий ишига ТАҚРИЗ

Бугунги кунда жаҳон журналистикасини ўрганиш энг муҳим вазибалардан биридир. Чунки ҳар бир бўлажак журналист нафақат ўз мамлакати журналистикасини билиши, балки жаҳон журналистикасининг етакчи нашрларидан хабардор бўлиши ва унинг тажрибаларини ўзбек матбуотида татбиқ эта олиши керак. Шу нуқтаи назардан бугунги кунда жаҳон матбуотининг ривожланиш тенденциялари, типологик хусусиятлари ва он-лайн кўринишларини ўрганиш аҳамиятлидир.

Битирувчи Лайло Тураеванинг “«The Times» газетаси Англия матбуотининг етакчи нашри сифатида” мавзусидаги битирув малакавий иши ҳар жиҳатдан муҳим бўлиб, унда ушбу нашрнинг жаҳон матбуоти тарихида қандай ўрин тутгани, унинг ижтимоий-сиёсий воқеликни қай тарзда акс эттиргани, хусусан, нашрда мавзу танлаш, фактлар таҳлили, тил, услуб ва маҳорат масалалари ва дизайн хусусиятлари тўғрисида етарли маълумот берилади. Битирув малакавий иши режаси тўғри тузилгани, муаллиф ишга масъулият билан ёндашганлигининг белгисидир. Биринчи бобда, «The Times» газетасининг матбуот нашрлари тизимида тутган ўрни ҳақида батафсил маълумот берилади. Шунингдек, тадқиқот объекти «The Times» газетасининг яратилиш тарихи баён этилган. Битирув малакавий ишининг иккинчи боби «The Times» газетасида этика масалалари ва мавзулар кўлами оркали ўзига хос хусусиятларини аниқлаш ва уларни таҳлил қилишга бағишланган. Шу билан бирга, тадқиқотчи нашрда чоп этилган бир нечта мақолаларни таҳлилга тортган.

Тадқиқотнинг ютуқлари билан бир қаторда айрим камчиликлари ҳам мавжуд. Баъзи ўринларда жузъий хатолар кўзга ташланади. Шу билан бирга, биринчи бобда баъзи бир масалаларга керагидан ортиқ ёндашилган бўлсада, бу битирув малакавий ишининг мазмун-моҳиятига салбий таъсир кўрсатмайди.

**“Халқ сўзи” газетаси Парламент ҳаёти,
ижтимоий сиёсий ва ҳуқуқ
масалалари бўлими муҳбири**

Саиджон Махсумов

**Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университети
халқаро журналистика факультети
халқаро журналистика назарияси ва амалиёти
кафедрасининг 9-сонли мажлиси баённомасидан
КЎЧИРМА**

2014 йил 29 апрель

ҚАТНАШДИЛАР: кафедра аъзолари

КУН ТАРТИБИ: 4-босқич талабаларининг битирув малакавий ишларини ҳимояга тавсия этиш

ЭШИТИЛДИ: 401-гуруҳ талабаси Тураева Лайло Ойбековнанинг «The Times» газетаси Англия матбуотининг етакчи нашри сифатида мавзусидаги битирув малакавий ишининг муҳокамаси

**Кафедра мажлиси
ҚАРОР ҚИЛАДИ:**

401-гуруҳ талабаси Тураева Лайло Ойбековна халқаро журналистика назарияси ва амалиёти кафедраси ўқитувчиси Эркабоева Ёқутхон раҳбарлиги ва “Халқ сўзи” газетаси мухбири Саиджон Махсумовнинг тақризи остидаги “«The Times» газетаси Англия матбуотининг етакчи нашри сифатида” мавзусидаги малакавий битирув иши Давлат аттестацияси комиссияси мажлисида ҳимоя қилишга тавсия этилсин.

**Халқаро журналистика назарияси ва
амалиёти кафедраси ўқитувчиси**

Ё.Эркабоева

Котиба

Д.Тожиева

Топшириқ берилган сана

15.11. 2013 йил

Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университети

халқаро журналистика факультети

**БМИга берилган халқаро журналистика назарияси ва амалиёти
кафедраси**

ХУЛОСАСИ

Талаба Тураева Лайло Ойбековнанинг халқаро журналистика назарияси ва амалиёти кафедраси ўқитувчиси Эркабоева Ёкутхон раҳбарлиги ва “Халқ сўзи” газетаси мухбири Саиджон Махсумов тақризи остидаги «The Times» газетаси Англия матбуотининг етакчи нашри сифатида мавзусидаги малакавий битирув иши кўриб чиқилди ва бу иш малакавий иш талабларига тўлиқ жавоб беради.

Давлат Аттестацион Комиссиясида ушбу иш ҳимояга киритилиши мумкин.

Кафедра мудири

доц. Н.Тошпўлатова

2014 йил, 23 май

МУНДАРИЖА

Кириш.....

I боб. “The Times” газетасининг Англия матбуот нашрлари тизимида тутган ўрни.....

1.1. “The Times” нашрининг тарихи ва ривожланиш тенденциялари.....

1.2. “The Times” кундалик газетасининг типологик хусусиятлари.....

1.3. “The Times” газетаси дизайнининг ўзига хосликлари.....

II bob. “The Times” газетаси фаолиятида мавзу, касбий маҳорат ва этика масалалари.....

2.1. “The Times” газетасида мавзу танлаш ва янгиликларни узатишда касбий маҳорат масалалари.....

2.2. Касбий этика тамойилларига амал қилиш нашр фаолияти самарадорлигининг муҳим омили сифатида

2.3. Газетанинг онлайн версияси таҳлили.....

Хулоса.....

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати.....

Иловалар.....

Кириш

Ахборот узатиш технологиялари соҳасидаги кескин тараққиёт журналистика, хусусан, халқаро журналистика соҳасида янгилашнишлар, кучли ўзгаришларни юзага келтирди. Ахборотни бутун дунё бўйлаб тезкор алмашилишига шароит яратган интернет ОАВнинг янги кўриниши сифатида шаклланиш баробарида, бошқа ОАВ каналлари учун ҳам ахборотни тезкор олиш ва етказиш имкониятини яратди. Бундай ўзгаришлар бугун нафақат хорижий ОАВ, балки миллий ОАВ фаолиятида ҳам яққол кўзга ташланмоқда.

“Бугун биз яшаётган шиддатли XXI асрда замоннинг ўзи, ҳаётимизга кескин сураатлар билан кириб келаётган глобаллашув жараёнлари Ўзбекистон оммавий ахборот воситалари ва журналистлар аҳли олдида бизнинг эзгу мақсадимиз бўлган демократик давлат, кучли фуқаролик жамияти барпо этиш йўлида ғоят муҳим, долзарб вазифа ва талабларни қўймоқда”¹. Юртбошимиз И.А.Каримов юқоридаги сўзлари билан ОАВ ходимлари олдида бир қатор вазифаларни қўйиш билан бирга, уларга катта ишонч ҳам билдириб ўтган. Мустақиллик йилларида мамлакатда сони кескин кўпайган оммавий ахборот воситаларини совет давридан мерос цензуралаш назорати остида тутиш мумкин бўлмай қолди. Тараққиёт цензурани енгди. Журналистни ташқаридан назоратлаш эмас, уни ичдан тартибга келтириш тизими адолатлироқ эканини дунё тажрибаси кўрсатди. Бундай шароитда кўп сонли матбуот соҳасини бошқаришнинг бирдан-бир тўғри чораси — соҳани эркинлаштириш эдики, Ўзбекистон айти шу йўлни танлади. Демократик тамойилларга асосланган фуқаролик жамиятининг раванқ топишида фикрлар устиворлигининг ўрни бекиёс. Жамиятда кечаётган ҳар бир воқеа-ҳодиса хусусида холис ахборот бера олиш эса оммавий ахборот воситаларининг бирламчи вазифасидир.

¹ Ўзбекистон Республикаси Президентининг матбуот ва оммавий ахборот воситалари ходимларига табриги. “Халқ сўзи”, 2008 йил 28 июнь.

Оммавий ахборот воситаси матбуот, радио, телевидение, қолаверса интернет каби турларга бўлинади. Мамлакатимизда иқтисодий, сиёсий, маънавий-маърифий, тарбиявий ва бошқа йўналишларда газета, журналлар чоп этилмоқда. Ҳар бир ОАВ орқали узатилаётган ахборот жамиятга, инсонга таъсир кўрсатмай қолмайди. Шу ўринда юртбошимиз И.А.Каримовнинг яна бир фикрини келтиришни жоиз деб топдик. “Ҳақиқатан ҳам, шиддат билан ўзгариб бораётган ҳозирги замонда оммавий ахборот воситаларининг фаолият кўлами, инсон ва жамият ҳаётига таъсири мисли кўрилмаган даражада кучайиб бормоқда. Бугунги кунда ахборот нафақат маълумот етказиш, одамларни янгилик ва ўзгаришлар билан таништириш воситаси бўлиб хизмат қилмоқда, айтилишда ахборот ва коммуникация тармоғи амалда ишлаб чиқаришнинг етакчи йўналишларидан бирига, моддий, ижтимоий ва маънавий соҳаларнинг ривожига ва ўсишига ҳал қилувчи асос ва туртки берадиган, тез ривожланаётган энг замонавий соҳага айланиб бораётганига барчамиз гувоҳ бўлмоқдамиз”.

Битирув малакавий ишининг долзарблиги Англия матбуотининг кўзга кўринган нашри “The Times” газетасининг фаолиятидаги ўзига хосликларни, газета материалларида ахборот ва фактлар билан ишлаш тамойиллари ва касбий маҳорат масалаларини ўрганиш, унинг ижобий жиҳатлари, бой тажрибасидан фойланиш миллий журналистикамиз учун фойдадан ҳоли бўлмаслиги билан белгиланади. Зеро, ривожланган ва дунё миқёсида тан олинган ижодий тажрибалар барча соҳаларнинг тараққиётига асос ва туртки бўлиб хизмат қилишини даврнинг ўзи кўрсатади. Шу нуқтаи назардан “The Times” газетаси ҳам жаҳон матбуоти тараққиётида ўз ўрни ва тажрибасига эга нашр сифатида тадқиқ этишга, ўрганишга муносиб нашрлардан ҳисобланади.

Таъкидлаш керакки, мазкур газета ҳар куни нашр қилиниши, тарқалиш ҳудудининг кенглиги ҳамда аудитория қамрови билан бошқа бир қатор Англия нашрларидан ажралиб туради. У бугунги кунда нафақат мамлакат, балки халқаро майдонда кечаётган жараёнларга ҳам ўз ахборот материаллари

орқали таъсир кўрсата оладиган кучга эга бўлиб улгурган салмоқли нашрлар сирасига киради. Бу эса, нашрнинг миллий ва халқаро ОАВ сифатидаги ўзига хос мавқеидан далолатдир. “The Times” газетаси кундалик наشري ўз фаолияти давомида салкам икки асрлик йўлни босиб ўтди. Мазкур давр мобайнида нашр нафақат фаолият юритяпти, балки Англия ҳудуди ва халқаро майдондаги ўқувчилар сонини ошириб, ўз нуфузини янада мустаҳкамламоқда. Бу борада, албатта, унинг ахборот даври талабларига осон мослашиб кетаётганлиги ҳал қилувчи роль ўйнайди. Шу сабабдан ҳам унинг фаолиятини таҳлил қилиш, нашрнинг ахборот узатиш стратегиясини ўрганиш ва уни бугунги ўзбек матбуоти учун самарали бўлган жиҳатларни аниқлаб, амалиётга жорий этиш миллий журналистикамиз тараққиёти учун ниҳоятда долзарбдир.

Миллий матбуотимизда узоқ тарихга эга бўлса-да, ҳозирги вақтда ўқувчилар кўнглидан жой ола олмаган газеталар кўплаб топилади. Афсуски, ўрганилаётган газета каби йирик нашрни ўзбек матбуотида учратиш мушкул. “The Times” газетасининг тарихи, босиб ўтган йўли, мавзулар хилма-хиллиги, тизимли фаолиятини ўрганиш журналистларда келажақда шундай нашр ташкил этиш имконини яратиши эҳтимолдан йироқ эмас. Шуларни ҳисобга олган ҳолда айтиш мумкинки, мазкур битирув малакавий иши учун танланган мавзу бугунги кун нуқтаи назаридан муҳим аҳамиятга эга.

Битирув малакавий ишининг мақсади ва вазифалари. Ишнинг мақсади “The Times” газетасининг тарихи, босиб ўтган йўли Англия ва жаҳон матбуотида тутган ўрни, унинг фаолиятидаги ўзига хосликларини кўрсатиб бериш, унинг тарихи, босиб ўтган йўли, ахборотни етказиш усуллари таҳлил этишдан иборат.

Ушбу мақсадни амалга ошириш учун қуйидаги вазифалар қўйилган:

- “The Times” газетасининг тарихи ва унинг ривожланиш тенденцияларини тадқиқ этиш;

- “The Times” газетасининг матбуот нашрлари тизимида тутган ўрнини аниқлаш;

- “The Times” кундалик газетасининг типологик хусусиятларини ўрганиш ва шу орқали нашрнинг ўзига хослигини таъминлайдиган жиҳатларни кўрсатиш;

“The Times” газетасининг тузилиши ва мавзулар қамровини тадқиқ этиш;

- “The Times” нашрида мавзу танлаш ва фактларни таҳлил этиш усуллари кўрсатиб бериш;

- “The Times” газетасининг анъанавий ва онлайн версиялари дизайнининг ўзига хослигини аниқлаш;

- нашрда тил, услуб ва маҳорат масалаларини амалий мисоллар ёрдамида таҳлил этиш;

- ўрганилган муаммолар асосида бугунги ўзбек матбуоти учун аҳамиятли жиҳатларни ажратиб кўрсатиш.

Битирув малакавий ишининг илмий янгилиги. Шу пайтгача жаҳон матбуоти тарихи ва анъаналари билан боғлиқ мавзуларни ўрганишда “The Times” газетасига мурожаатлар бўлган. Газета фаолияти яхлит илмий муаммо сифатида ўрганилган бўлса ҳам, жаҳон журналистикасининг умумий талаблари нуқтаи назаридан тадқиқ этилмаган. Бундан ташқари ушбу йўналиш буйича халқаро журналистика факультети магистранти Л.Бобакалонованинг “Англия анъанавий ва онлайн нашрларида касбий этика масалалари” (“The Times” газетасининг 2011-2012 йиллардаги босма ва онлайн версиялари мисолида) мавзусида магистрлик диссертацияси ёзилган. Бироқ мазкур тадқиқот ишида газета фаолияти асосан касбий ахлоқий талаблар нуқтаи назаридан таҳлил этилган. Биз тадқиқ этган битирув малакавий ишида “The Times” газетаси фаолияти биринчи марта яхлит тизимга солинган ҳолда илмий таҳлилга тортилди.

Ишнинг объекти сифатида “The Times” газетасининг анъанавий босма шакллари ва онлайн версиялари хизмат қилади. Бунда асосан кундалик нашрнинг сўнгги 2012 йилдан то ҳозирги кунгача эълон қилинган мақолалар таҳлил остига олинган.

Ишнинг предмети эса мавзунинг тадқиқ этиш давомида мурожаат этиладиган жаҳон журналистикаси назариясида илгари сурилган ғоялар, назариялар, етакчи тамойилларга таянади. Шунингдек, тадқиқот жараёнида билишнинг назарий-эмперик методларидан ҳисобланган индукция, дедукция, анализ, синтез ва айрим ўринларда қиёслаш методларидан фойдаландик.

Ишнинг назарий ва методологик асослари. ОАВ соҳасидаги халқаро меъёрий ҳужжатлар, Ўзбекистон Республикасининг Конституцияси, мамлакатимизда шу даврга қадар ОАВ фаолиятини тартибга солиш, соҳани ривожлантириш мақсадида қабул қилинган ва амалда бўлган қонунлар ва қонун ости ҳужжатлари, Президентимиз И.А.Каримовнинг асарлари, маърузалари ҳамда Матбуот ва ОАВ ходимлари қуни муносабати билан журналистларга йўллаган табриклари ушбу битирув малакавий ишини ёзишда бизга муҳим методологик асос бўлиб хизмат қилди.

Хорижий матбуот назарияси ва амалиёти бўйича ўзбек олимларидан Х.Дўстмуҳамедов, Ҳ.Саидов, Н.Касимова, Н.Тўхлиева; рус тадқиқотчиларидан Д.Рэндалл, Е.Вартанова, Е.Горный, А.Шерман; инглиз олимларидан W.Hatchen, J.Scotton, M.Stephens ва бошқа бир қатор мутахассислар томонидан chop этилган адабиётлар мазкур битирув малакавий ишни ёзишда назарий асос вазифасини ўтайди.

Битирув малакавий ишининг амалий аҳамияти. Битирув малакавий ишида келтирилган назарий ва амалий таклифлар бугунги кунда ўзбек матбуот нашрларининг ривожланишида, халқаро ахборот муаммолари билан иш олиб боровчи журналистлар фаолиятида, оммавий ахборот воситалари тизими фанларида талабалар ўқув материали сифатида фойдаланиши мумкин.

Битирув малакавий иши мавзусининг тадқиқ этилганлик даражаси. “The Times” унинг пайдо бўлиши ва ривожланиш тамойиллари билан йирик олимлар ва мутахассислар шуғулланиб келишган. Биз ҳам уларнинг ишларидан тадқиқот жараёнида фойдаландик. Жумладан, И.А. Гурвич, С.А.Михайлов, Л.Саламона, В.П.Трыкова ва бошқалар илмий

тадқиқотлар олиб боришган ва уларнинг айримлари бу борадаги ишларини давом эттиришмоқда. Уларнинг тадқиқотларида журналист суриштируви жанри тарихи, унинг аҳамияти ва амалга оширишда дуч келадиган муаммолар батафсил ўрганилган. Аммо газета тажрибаси миллий журналистикамизда мукаммал тадқиқ этилмаган.

Битирув малакавий ишининг таркибий тузилиши ушбу турдаги тадқиқотларнинг мазмунига моҳиятан мос келади. У кириш, ҳар бири уч фаслга бўлинган икки боб, хулоса, фойдаланилган адабиётлар рўйхати ҳамда иловадан ташкил топган.

Кириш қисмида мавзунинг долзарблиги, тадқиқот мақсади ва вазифалари, илмий янгилиги, амалий аҳамияти баён қилинган.

“The Times” газетасининг матбуот нашрлари тизимида тутган ўрни деб номланган биринчи бобда нафақат мазкур газета, балки Англия матбуотининг ташкил топиш сабаблари, газетанинг турли даврлардаги фаолияти, ривожланиш босқичлари ҳамда бошқа нашрларга таъсири ўрганилган.

“The Times” газетасининг тузилиши, йўналиши ва мавзулар муштараклиги” деб номланган иккинчи боб нашрнинг ҳозирги ҳолати, фаолиятидаги ўзига хосликлари, жанрлар хилма-хиллиги ва мавзулар кўлами кенглиги, унинг интернет тизимидаги ўрнига бағишланади.

Ишнинг сўнгида ўрганиб чиқилган ва таҳлил қилинган мавзу бўйича хулосалар чиқарилиб, фикр-мулоҳазалар билдирилади ҳамда фойдаланилган адабиётлар рўйхати берилади.

I БОБ. “THE TIMES” ГАЗЕТАСИНИНГ АНГЛИЯ МАТБУОТ НАШРЛАРИ ТИЗИМИДА ТУТГАН ЎРНИ

1.1. “The Times” нашрининг тарихи ва ривожланиш тенденциялари

Буюк Британия турли соҳалар бўйича жаҳоннинг энг ривожланган давлатлари каторида туради. Журналистика соҳасида ҳам у ўзига хос тараққиётга эришган. Мамлакат ОАВ нафақат ўз ҳудудларидаги аҳолининг, балки бутун дунё жамоатчилигининг ҳам ахборотга бўлган талабларини қондиришга интилади. Пировардида Буюк Британия халқаро майдонда ҳам ахборот оқимини ташкил қилишда ва ахборот алмашинувида фаол иштирок этиб келмоқда. Мамлакатда чоп этиладиган "Financial Times", "The Times", "The Guardian", "The Daily Telegraph" сингари йирик нашрларнинг халқаро майдонда ҳам тарқатилиши, ўзининг доимий обуначиларига эга бўлгани, Би-Би-Си телерадиокомпаниясининг халқаро ахборот майдонидаги машҳурлиги юқоридаги фикрларимизнинг исботидир.

Мамлакатда ҳудудий ва маҳаллий газеталар марказий шаҳарлардан тортиб, кичик туманларда ҳам нашр этилади. Уларни чиқиш даврига кўра тонгги ва кечки кундалик газеталар, якшанбалик ва ҳафталик каби газеталарга ажратиш мумкин. Бу газеталарнинг 90 фоизини он-лайн саҳифасига эгаллигини таъкидлаш жоиз. Манбаларда Англия матбуотида ахборот етказиш, баҳсга чорлаш ва тасвирлаш функциялари мавжудлиги алоҳида таъкидланади.

Бундан мақсад, асосан ҳар соҳадаги сайловчига тўғри танловни қабул қилиши учун ишончли ва аниқ ахборотни етказишдан иборат. Кенг оммага факт ва ахборотларни тўлиқ берилиши уларни ўз-ўзини ҳимоя эта олишини таъминлайди. Англия ОАВ фаолиятида интерактивликнинг ҳам ўзига хос йўлга қўйилгани ОАВ учун ўз аудиториясини кенгайтириш дея эътироф этилади. Бироқ, 1953 йил матбуот консуллиги тузилган бўлиб, у расмий идора эмас, балки бир қанча журналистлардан ташкил топган уюшма бўлиб

гоҳ-гоҳида баъзи бир газеталардан тушиб турган норозиликларни текшириб, назорат қилиш вазифасини бажаради. Шундан сўнг, уюшма арзнома тушган газетага танқидий ҳисобот ёзади. Аммо бу газета фаолияти учун унчалик зарар қилмайди.

Интернет манбаларида қайд этилишича, “The Times” янгиликни истамайдиган жамиятга тегишлидир. Ҳафта давомида унинг уч хил наشري чоп этилади. Шундай бўлишига қарамасдан улар жуда тез сотилади ва қўлма-қўл бўлиб кетади¹.

Англия газеталарининг тарқаладиган ҳудуди, аудиториясининг умумий кўламига қараб миллий, ҳудудий ва маҳаллий нашр турларига ажратиб тасниф қилиш мақсадга мувофиқдир. Буюк Британияда миллий турдаги газеталар ўз ичига ўнта тонгги ҳамда ўнта якшанба газеталарини қамраб олади. Мазкур нашрлардан тонгги газеталарининг ҳафта давомидаги умумий нусхаси 12 миллионни ташкил этса, якшанба куннинг ўзида чиқадиган ўнта миллий газетанинг адади 13 миллион нусхагача чиқиб кетади. Бу, албатта, миллий газеталарнинг мамлакат аҳолиси ўртасидаги нуфузини кўрсатади. Шунингдек, “The Financial Times”, “The Sun”, “Guardian”, “Daily Mirror” сингари йирик миллий газеталар эса бошқа хорижий мамлакатда ҳам чоп этиб, тарқатилади. Миллий газеталарни ўз услуби ва мавзу мундарижасига кўра жиддий ва сариқ матбуотга ажратиш мумкин. Уларнинг кўпчилиги рангли. Кундалик сонларидан ташқари, шанба ёки якшанба кунлари газетанинг сўнгги саҳифасига турли иловалар ҳам нашр этилади. Миллий нашрлардан ташқари, яна бугунги кунда мамлакатда 1.300 дан зиёд ҳудудий ва маҳаллий газеталар ҳам чоп этилади.

Ушбу газеталар мамлакатнинг марказий шаҳарларидан тортиб кичик туманларида ҳам чиқарилади.

Миллий газеталарга эгалик қилувчи асосий компаниялар:

1. News Corporation- 35 фоиз

¹ www.encyartaensiclopedia.com. May 14.2014. 14:30

(The Sun, The Times, News of the World, Sunday Times)

2. Mirror Group - 26 фоииз

(The Daily Mirror, Sunday Mirror, Daily Record, People)

3. United News and Media - 13 фоииз

(The Daily Express, Sunday Express)

4. Daily Mail & General Trust - 12 фоииз

(The Daily Mail, Mail on Sunday)

5. The Telegraph - 7 фоииз

(Daily Telegraph, Sunday Telegraph)

6. Guardian Media Group - 3 фоииз

(The Guardian, The Observer)

7. Pearson - 1 фоииз

(The Financial Times)

Ушбу номлари келтирилган газеталардан "Financial Times", "The Times", "The Guardian", "The Daily Telegraph" нашрлари маҳаллий ва халқаро янгиликлар, спорт ва бошқа соҳаларга оид барча турдаги хабарлар ва долзарб муаммоларнинг тўлиқ тафсилотини давомий равишда ёритиб боради.

"Financial Times" ("Молиявий вақтлар") нашри иқтисодий, молиявий, ишлаб чиқариш ва бошқа бизнес соҳасига ихтисослашган ҳамда шу соҳа вакилларининг энг севимли газетасига айланиб улгурган.

"The Guardian" ("Қўриқчи" ёки "Соқчи") газетаси эса ижтимоий, санъат, маданият таълим сингари соҳаларга оид янгиликларни ёритиб боради. Ижтимоий долзарб муаммоларни кенг жамоатчиликка дадил маълум қилиш билан катта обрўга эга.

Юқорида келтирилган нашрлар ичида албатта, "The Times" Буюк Британияда ниҳоятда машҳур кундалик газета саналади. Таъкидлаш керакки, у мамлакатнинг энг қадимий газетаси эмас, бироқ шундай бўлишига қарамасдан жорий 2014 йилда у ўзининг 229 йиллик юбилейини нишонлади. Бу сана ҳам бир нашрнинг давомий тарзда фаолият кўрсатиб келиши ҳамда

мамлакат ичкараси ва ташқарисида бирдек севиб ўқилишига эришиши алоҳида эътиборга лойиқдир.

Энди бевосита ушбу газетанинг қисқача тарихи, бугунги кундаги фаолияти, ўзига хос хусусиятлари ҳамда мамлакат матбуот нашрлари ўртасидаги нуфузи хусусида тўхталиб ўтамиз.

“The Times” – нафақат Буюк Британия, балки бутун дунёдаги ниҳоятда машҳур кундалик газеталардан бири¹.

“The Times” газетасига 1785 йилда Жон Уолтер (John Walter) томонидан асос солинган. Дастлабки вақтларда у “The Daily Universal Register” (“Кундалик универсал рўйхат”) номи билан чиқа бошлаган ва Жон Уолтер унинг илк муҳаррири бўлган. 1788 йилнинг 1 январидида нашрнинг 940 та сони чоп этилгандан кейин нашр номи “The Times” га ўзгартирилган ва ҳозиргача мазкур номда чоп этиб келинмоқда. Газетанинг ҳозирги кундалик ўртача адади 2014 йил март оyi маълумотларига кўра, 394448 нусха, дам олиш кунида чоп этиладиган “The Sunday Times” нашрининг ҳафталик ўртача адади эса 839077 нусхани ташкил этади².

Газета кундалик сонларининг ўртача ҳажми 90-96 саҳифани ташкил этади. Якшанба сони бўлган “The Sunday Times” нашрининг таркибида ўртача 90 саҳифадан юқори бўлган асосий нашрдан ташқари, яна бир қатор иловалар, жумладан, “Sport”, “Arts” (“Санъат”), “Business”, “Money” (“Пул”), “Opinion” (“Нуқтаи назар”) номли илова сонлар ҳам чоп этилади. Мазкур иловалар ҳам ҳажман ўртача 50-56 саҳифагача боради.

Якшанба сонларининг кундалик сонлардан фарқи таҳлилий материалларнинг кўплиги билан характерланади.

Узоқ йиллик тарихий фаолият натижасида газета бугунги кунда Буюк Британиянинг бутун дунёда кенг ўқувчилар аудиториясига эга машҳур ва жиддий характердаги кундалик матбуот нашларидан бирига айланди. Унинг дунёда қанчалик машҳур эканини кейинчалик бошқа давлатларда ҳам айнан

¹ <http://www.thetimes.co.uk/tto/news>. April 14/ 2014, 13:00

² <http://www.The Sunday Times> – readership data. April 12/ 2014, 13:00

“The Times” номи билан нашр қилинган бир қанча газеталар пайдо бўлиши билан ҳам изоҳлаш мумкин. Чунончи, АҚШнинг машҳур “The New York Times”, Ҳиндистонда чиқадиган “The Times of India” нашрлари ва бошқа шунга ўхшаш нашрлар фикримизнинг ёрқин далилидир. Ҳозирги вақтда “The Times” газетаси машҳур медиа-магнат Руперт Мердок (Rupert Murdoch) бошқарувидаги News Corporation корпорациясига қарашли бўлган Times Newspapers Limited томонидан чоп этиб келинади. “The Times” газетасига 1785 йилдан буён бир қатор Англиянинг обрўли ва тажрибали медиа магнатлар эгалик қилиб келган¹. 1981 йилдан ҳозирги кунгача – News UK (собиқ News International, ҳақиқий эгаси News Corporation, ташкилоти асосий муассис бўлиб, унинг бошқарувчиси машҳур медиа магнат Руперт Мердокдир. Ҳеч шубҳасиз, ҳар қандай нашрнинг мамлакат ва халқаро майдонда машҳур бўлиб кетишига унинг фаолиятини тўғри йўлга қўйган ва бошқарган бош муҳаррирларнинг ҳам ўрни бўлади. Мазкур нашр ҳақидаги маълумотларни интернет манбаларидан ўрганиш асносида газетага турли йилларда раҳбарлик қилган бош муҳаррирларининг алоҳида эҳтиром билан тилга олингани ва электрон энциклопедиялар ва газета тарихига оид материалларда улар рўйхати² келтирилганининг гувоҳи бўлдик.

Ушбу нашр фаолиятидаги асосий тараққиёт тенденциялари сифатида журналистларни ижодий қобилиятидан келиб чиқиб ишга олиши, ҳар бир ходимни таҳририят томонидан ҳуқуқий ҳимояланиши ва шунинг баробарида журналист ҳамда репортёрларнинг янгилик тайёрлаш, уларни шарҳлаш ишларига ўзгача масъулият билан ёндашишларини ҳам киритиш зарур. Таҳририят фаолиятида мавзулар тақсимланган. Масалан, тадқиқот объектимизнинг сўнгги йиллари сонларида халқаро йирик ҳажмли мақолаларни Николас Блэнфорд (Nicholas Blanford), Ник Хоутон (Nick Hawton), Эмили Дэвиес) Emily Davies, спорт хабарларини кўпроқ Рик Бродбент (Rick Broadbent) каби журналистларнинг ёзгани кузатилди.

¹ 1-иловага қаранг.

² 2-иловага қаранг.

Албатта, газетада муаллифлар сони кўп ва яна ўнлаб фрилансер журналистлар билан доимий ҳамкорлик бор. Чунки халқаро майдонда ўз ижодини намоён этишни истаган машҳур ва тажрибали журналистлар мазкур нашр таҳририяти билан ҳамкорлик қилишни орзу қилишади.

Газета тараққиётига туртки бўлган энг муҳим тамойиллардан яна бири бу нашрнинг интернет муҳити ва замон талабларига осон мослашганлигидир. Дунё миқёсида ахборот технологиялари глобаллашган даврда анъанавий газеталарнинг сотиб олиниши кескин камайиб бормоқда. Бу нарса ушбу газета фаолиятида ҳам кузатилади.

Нашр таҳририяти ўз журналистлари фаолиятида Англия ҳукуматининг нуқтаи назарини акс эттириши кераклигига алоҳида эътибор қаратишади. Бу борада уларни турли хорижий таҳририятларда ҳам малака ошириб қайтишларига ёхуд турли мамлакатларда журналистлар билан ҳамкорлик қилиш орқали янгича ахборот узатиш усуллариини ўрганишга интилишади. дарслари ташкил этишади. Нашр сонларини варақласангиз, бир қатор материаллар муаллифини “By our foreign staff” (“Бизнинг хорижий ходимимиз томонидан”) деб кўрсатилганининг ҳам гувоҳи бўлдик.

Хулоса ўрнида шунини айтиш керакки, “The Times” кундалик газетаси Англия матбуот тизимида ўзига хос ўринга эга бўлган сифатли газеталардан биридир. У ҳажмига, таъсир доираси, ўқувчилари сонига кўра салмоқли нашр туридир. Унинг фаолиятида холислик, ҳаққонийлик, адолатлилик асосий тамойиллар қилиб белгиланган. Англиянинг бошқа бир қатор газеталаридан фарқли равишда маҳаллий ахборот билан бир қаторда хориж янгиликларини кўпроқ бериб боради. Айрим ҳолларда бошқа мамлакатлардаги воқеаларни таҳлил этишда кескин фикрлар билдириб юборишини ҳам кузатамиз. Буларнинг барча мазкур нашрнинг халқаро майдонда ўз обрўси, таъсир кучи ва ўз овозига эга бўлгани билан изоҳланади.

1.2. “The Times” кундалик газетасининг типологик хусусиятлари

Америкалик социологлар оммавий ахборот воситаларининг бугунги дунёдаги ўрнини қуйидагича таърифлашади: “ОАВ одамларга нима деб ўйлаш кераклигини сингдира олмаса-да, нима ҳақида ўйлаш кераклигини белгилаб беради”¹. Чиндан ҳам, журналистлар жамиятдаги воқелик ҳақида хабар ёзганда, ўзига хос “фильтр” - сараловчи вазифани ҳам бажаради. Дунёнинг турли нуқталарида ҳар соат, ҳар дақиқа, ҳар сония нимадир содир бўлади. Лекин оммавий ахборот воситалари мана шу воқеаларнинг энг аҳамиятлисини саралаб, кенг жамоатчиликка етказди. Инглиз журналистикаси назариясида мазкур функция “gate-keeping”, яъни “дарвозаларни ушлаб туриш” номини олган.

Дарсликларда журналистиканинг жамиятдаги ролини юрак клапанларининг одам организмдаги ролига ўхшатишади. Яъни юрак клапанлари қоннинг керакли миқдорда кириши ва чиқиши учун хизмат қиладиган аниқ механизм сифатида очилиб ёпилса, журналистлар ҳам жамиятда қондай муҳим бўлган ахборот оқимини шундай назорат қилиб туради².

Бундай вазифа бир пайтнинг ўзида ҳам катта қудратни ҳам катта масъулиятни назарда тутди. Негаки, журналистлар ахборотни саралашда ўзлари хоҳлаганча йўл тутиши мумкин эмас, бу ишда жамият манфаатлари ва эҳтиёжлари, профессионал мезонлар ва принциплардан келиб чиқишлари лозим. Акс ҳолда, бу янгилик эмас, балки манипуляция қилишга ҳаракат бўлади. Бугунги рақобат даврида эса, ҳар қандай ғирромлик бошқа ОАВ томонидан фош қилиниши ва одамлар томонидан рад этилиши муқаррар.

Англияда матбуот нашрлари характерига кўра “сифатли”, “ярим сифатли” ва “сарик” матбуот шаклида таснифланади. Биз таҳлил этаётган “The Times” кундалик газетаси сифатли матбуот турига киритилади.

¹ www.encyartaensiclopedia.com. May14/ 2014, 14:00

² Vivian John “The Media of Mass Communication”. – 5th ed. Winona State University, 1999

Аввал таъкидлаганимиздек, газетанинг кундалик сонларининг ўртача хажми 90-96 бетни ташкил қилади.

Илк саҳифа – газета муқоваси сифатида шу соннинг энг сара материаллари билан таништирувчи, таъбир жоиз бўлса, реклама қилувчи асарлар парчаларидан таркиб топган.

Газетанинг иккинчи саҳифасида “In The Times Today” (“Бугун Times (“Вақтлар”) да”) номи остида мундарижа берилади. Газета мундарижасидан келиб чиқсак, нашрнинг ҳар бир сонини саккиз бўлимга бўлиш мумкин. Улар қуйидагилар:

1. “News” – “Янгиликлар” бўлими. Газета сонининг 2 – 17 бетларини қамраб олган ушбу бўлимда миллий ва халқаро характердаги янгиликлар, воқеалар тасвирланади. У фақат ахборот жанрларини ўз ичига олмайди. Аксарият материалларда таҳлил мавжуд. Уларни мақола деб баҳолаган маъқулроқ. Лекин шу кунларда рўй берган долзарб, ижтимоий аҳамиятга эга ёки қизиқарли характерга эга воқеаларни ўқувчиларга етказишга асосий урғу берилади. Шу асосда мазкур бўлим куннинг энг сара янги хабарларидан маълумот берадиган журналистик материалларни ўз ичига олади дейиш мумкин.

2. “Comment” – “Шарҳ” бўлими. (18 – 21-бетлар) Ўқувчиларнинг мактублари, бош мақола, кўпоқ мамлакат ичидаги турли соҳалар бўйича таҳлил, шарҳ етакчилик қиладиган материалларни ўз ичига олади.

3. “World News” – “Жаҳон янгиликлари” бўлими. (35 – 43-бетлар) дунёнинг турли давлатларида рўй берган жиддий воқеалар таҳлил этилади. Таъкидлаш керакки, ҳажман катта, узоқ таҳлил этиладиган материаллар кўпроқ Европа давлатлари ва АҚШда бўлган воқеаларда кузатилди. Жумладан, газетанинг 2013 йил июнь сонидан 22 июнь сонидан АҚШ ва Ироқ муносабатлари, Италияда бир тўда жиноий гуруҳларнинг тинч аҳолига

тахдид қилиш, наркотик моддалар савдоси, бола ўғирлаш, турли безорилик ҳаракатлари орқали кўплаб жиноятлар содир этаётгани тасвирланган¹.

4. “Business” – “Бизнес” бўлими. 44 – 61 саҳифаларни ўз ичига олади. Бизнес хабарлар, иқтисодий характердаги янгиликлар, ташкилотлар фаолиятидаги муаммолар, биржа, молия ташкилотлари хабарлари, валюталар ҳолати ва бошқаларни ўз ичига олади.

5. “Sport” – “Спорт” бўлими. (70 – 88-бетлар). Энг сўнгги спорт хабарлари, халқаро спорт мусобақалари шарҳлари, спорт мусобақалари ғолиблари ҳаётидан лавҳалар, спортчилар билан интервьюлар, спорт тадбирларидан репортажлар ўрин олади.

6. “Register” - “Рўйхат” бўлими. (64 – 69-саҳифалар). Биз учун одатий бўлмаган ҳолат – шу яқин кунларда ҳалок бўлган машҳур одамларнинг ҳаёти ёдга олинади. Уларнинг ҳаётлик даврида тушган расмлари ҳам келтирилади.

7. “Krossword” – “Бошқотирма” бўлими 87 бетда жойлашган дам олиш саҳифаси.

Таъкидлаш керакки, барча бўлимларнинг турли қисмларида, хусусан, саҳифанинг подваль қисми ҳамда сўнгги саҳифа кўпроқ реклама-эълонларга ажратилади.

Таркибий тузилиши нуқтаи назаридан келиб чиқсак, нашрни ижтимоий-сиёсий характердаги газета деб баҳолаш зарур. Лекин нашр ҳақидаги электрон манбаларда газетанинг биринчи ярми энг сўнгги янгиликлар, яъни ахборот материаллари, қолган иккинчи ярми таҳлилий материаллар билан тўлдирилиши ёзилган².

Англия журналистикасида бир муҳим ибора бор - “agenda setting”, яъни «кун тартибини белгилаш». ОАВ орқали узатилаётган ахборот одамлар нима ҳақида ўйлаб, нима ҳақида қайғураётганин белгилашда ёрдам беради, деб ёзади Жон Вивиан ўзининг “The Media of Mass Communication” китобида.

¹ Каранг. “The Times”, June22/2013.p.2.

² <http://www.thetimes.co.uk/tto>. January2/ 2014, 18:00

Уларнинг янгиликлари одамларнинг шу воқеалардан хабардор этиш баробарида, айнан шу воқеаларнинг аҳамиятини оширади¹. Кундалик газеталарда, хусусан, “The Times” фаолиятида ҳам асосан янгиликлар етакчилик қилади.

Яна бир қизик ҳолатни кузатиш мумкин. Газета материалларини кузатганда, жанрлар аралашувидан ташқари, журналистнинг воқеада гувоҳ бўлган шахслар, турли вазиятларда жабрланганлар ҳақидаги материалларда ахборот материали ўша гувоҳ шахснинг ўйлари шаклида баён этилиши, баъзан, улар билан суҳбат ўтказилганини акс эттирувчи ўша респондентнинг нутқидан парчалар келтирилганини кузатамиз.

Аниқ мисолларга мурожаат этамиз. “The Times” газетасининг 2013 йил 16 апрель сониди журналистлардан бири Адам Фресконинг “Abigail tells how she tried to flee knife ordeal” (“Абигаил пичоқ урмоқчи бўлишганда ундан қочишга қандай урингани ҳақида сўзлаб беради”) номли мақоласи босилган. Унда ўғли Жосефни мактабдан олиб келаётган чоғида безорилар ҳужумига йўлиққан англиялик Абигаил Уитчелс исмли аёлни бошига тушган воқеа батафсил, худди бадиий ҳикоя айтгандек, деталма-детал баён қилинади. У дастлаб мактабдан кенг йўл бўйлаб кетгани, нотаниш машина яқинидан ўтиб кетган ва ундаги бир одам унга қараганини кўриб, юраги бир ёмонликни сезгани, қадамини тезлаштиргани, кейин у баланд қаватли уйлар орасига етганда ўша одам унга етиб олиб бўйнига пичоқ тирагани деталлари билан тасвирланади. Ҳаттоки мақолага ўша пайтда у босиб ўтган йўл харитасининг расми ҳам илова қилинади. Мақоланинг мазкур қисмини ўқиган кишига бу худди “сарик” матбуотнинг шов-шувли хабарларидан бирини ёки серияли бадиий ҳикоялардан бирини ўқиётганга ўхшаб туюлиши мумкин. Ундан кейин бирдан мавзу жиддийлашади. Жабрланган аёлни тиббий ва маънавий жиҳатдан ўзини тиклаб олишга кўмаклашган доктор Томас Стуттафорднинг аёлни даволаш чоғида қилган ишлари, аёлни тергов қилиб, суриштирув

¹ Vivian John “The Media of Mass Communication”. – 5th ed. Winona State University, 1999. p. 403

ишларини олиб борган офиссер Стюарт Тендлернинг воқеа ҳақидаги ва аёлга етказилган жароҳат ҳақидаги фикрлари тўғридан тўғри уларнинг ўз жумлалари орқали берилиши мақола характерини жиддийлаштирган¹.

Мақола якунида аҳоли тинч, осуда яшаб келган бундай жойларда одамларга хужум қилиб, бошқаларга пичоқ ўқталиб, бирор нарса ундирадиган ёки ўғирлайдиган жиноятчиларни “террорчилар” деб таъриф этилади ва ўқувчиларни огоҳликка чақирилади.

Эътиборли жиҳати мазкур катта ҳажми таҳлилий мақола “Янгиликлар” рукни остида берилган. Бундан хулоса қилиш мумкинки, газета нима ҳақида ёритмасин ўзининг жиддий ижтимоий-сиёсий характеридан келиб чиқиб ёндашилади.

Ушбу газета материалларида айтилган пайтда барча қадрият ва категориялардан устун бўлган битта тушунча энг марказий қоидага айланганини ҳам кузатиш мумкин. Ғарб профессорларининг журналистикага оид деярли барча даврлари битта савол билан бошланади: журналист ким учун ишлайди? Нима учун ишлайди? Шу пайт баъзи талаблар “ўзи учун”, “пул ишлаб топиш учун”, “раҳбарлари талаб қилгани учун”, деб жавоб бериши ҳам мумкин. Лекин ушбу саволга ягона тўғри жавоб бор: журналист аудитория учун ишлайди. Унинг асосий буютмачиси ҳам, энг муҳим баҳо берувчиси ҳам, энг адолатли мезони ҳам айнан аудитория.

Газетадаги воқеадан тортиб оддий эълонгача – ҳаммасининг мазмун моҳиятини очиб беришга қайси нуқтаи назардан ёндашилмасин, аудитория, яъни ўқувчи диққат марказда марказда туриши аниқ.

Профессионал идеаллар нуқтаи назаридан қараганда аудитория учун ишлайдиган журналист ташқи таъсирлар доирасига тушиб қолишдан нисбатан ҳоли бўлади, яъни бу ғоя унинг чинакам мустақиллигини таъминлаб туради, бизнес нуқтаи назаридан ёндашганда эса аудитория талаб

¹ A.Fresko, Abigail tells how she tried to flee knife ordeal, “The Times”, April13/2013. p.7.

ва қизиқишларини яхши билган ОАВгина катта даромадга эришиши мумкинлиги рад этиб бўлмайдиган ҳақиқат.

Ривожланган давлатларда ОАВ ўртасида доимий равишда аудитория қизиқишлари ўрганилиб, рейтинглар тузилади. Демакки, ўзининг доимий аудиториясини топган обрўли нашрнинг даромади ҳам унинг бевосита иш сифатига ва аудиторияга нисбатан садоқатига боғлиқ бўлади.

“The Times” газетаси материаллари ҳар қанча жиддий характер касб этмасин, унда АҚШ газеталари нуқтаи назарига ўхшаш ёндашувлар сезилмай қолмайди. Бу борада, айниқса, Россия ва Украина можароларини ёритишда мазкур газета кўпроқ АҚШ нуқтаи назарини ёритди.

Мазкур нашр қайси йўл билан бўлмасин, ўқувчилари диққатини асосий воқеага қаратиб, ўз хулосаларини келтиришда олдин қатор далиллар келтирадики, ҳар қандай ўқувчи журналист билдирган охириги фикрга ишонади.

Шунингдек, газетанинг ҳар бир сониди аудитория “овози” бўлган махсус рукн мавжуд. Унда тахририятнинг интерактив фаолияти маълум даражада намоён бўлади. Айнан шу мақсадда “The Times” нашри ҳам ўз ўқувчилари учун алоҳида мактублар саҳифаси ҳамда онлайн версияда хатлар блогини яратган. У келиб тушаётган мактублар орқали ўз аудиториясини ўрганибгина қолмай, нашрдан ўқувчи нима кутаётганини ҳам билиб олади. Нашр учун ўз аудиториясининг фикрини доимий ўрганиб бориш муҳим омиллардан саналади.

Девид Рендаллнинг ёзишича, *“ўз аудиториясини билмаслик, қоронғу хонада нотаниш одамларга маъруза ўқиш билан баробардир”*¹. Масалан, маҳаллий аудитория билан халқаро аудитория, зиддиятнинг битта томонидаги одамлар билан бошқа томондагиларга ахборотни бир ҳил тарзда ва бир ҳил ёндашув билан етказиш мумкин эмас.

¹ Д.Рэндалл. Универсальный журналист. Алматы, 1997 г. 17с .

Айни пайтда аудитория эҳтиёжларини пухта ўрганган ҳолда, бу билимларни суиистеъмол қилиш, аудиторияга таъсир ўтказишга интилиш ҳам профессионаллик қоидаларига зиддир.

“Ўқувчингиз ҳақидаги билимларингиз сизга умумий бир йўналиш бериб туриши керак ҳолос, бундан фойдаланиб ўқувчига ҳар дақиқа арзимас масалаларга таъсир қилишга интилиш нотўғридир,- деб ёзади Рендалл, - Ахборотни бозорда савдолашиш учун олиб келинадиган товар сифатида қабул қилишни бошлаган кунингизданоқ, сиз журналистлигингизни йўқотасиз. Ҳаддан ортиқ ўқувчи қизиқишлари кетидан қувиш эса, далилларни саралаш, ўқувчи эшитишни хоҳламаган воқеаларни ёритмасликка айланиб кетиши ҳеч гап эмас”¹.

Умуман олганда, тадқиқотимиз объекти саналган “The Times” нашри ҳам типологик жиҳатдан жиддий, яъни “сифатли” матбуот нашрлари сирасига киради ҳамда ўз ўқувчилари онгида айнан шундай нашр имиджини шакллантира олган газетадир.

¹ Д.Рэндалл. Универсальный журналист. Алматы, 1997 г. 17 с.

1.3.“The Times” газетаси дизайнининг ўзига хослиги

Ҳозирги замонавий ахборот технологиялари компьютер дизайни ва ривожланган матбуотчилик анъаналарини тезда ўзлаштириб, жуда ҳам кизиқарли, ўқимишли ранг-баранг саҳифаларда олам ташвиши-ю қувончини ўзига сиғдира олган газета “сони кундан-кунга кўпайиб бормоқда

Газеталарда қандай воқеа-ҳодисалар ёритилмасин, улар дизайнининг ҳам таъсирчанликка эришишда алоҳида ўрни бор. Ҳеч бир газета йўқки, у дизайнсиз чоп этилса. Агарда у дизайн жиҳатдан сифатсиз чоп этиладиган бўлса, ўз аудиториясидан ажралиб, инқирозга учраши мумкин. Журналистикага дизайн керак, бу йўл билан улар нафақат аудиторияга таъсирчан ахборот етказди, балки ўқувчилар дидини ҳам тарбиялаб боради. Интернетнинг пайдо бўлиши ва СД-РОМларнинг кўпайиши кундалик газеталарининг йўқолиб кетишига олиб келади, деган фикрлар ҳам тарқалган эди. Лекин бу фикр ўзини оқламади, чунки интернетдан ҳам ерда ва ҳар қандай шароитда фойдаланиб бўлмайди. Газетадан эса ҳоҳлаган шароитда фойдаланиш мумкин. Дизайн вақт ўтган сайин ихчамлашиб бормоқда, шундай дизайн яратишга эҳтиёж кўпаймоқда.

Газетада журналист қанақа воқеа-ҳодисаларни ёритиш, улар ўз тажрибаларига суяниб воқеага реал кўз билан қараб шундайлигича дизайн қилишга ҳаракат қилади. Журналист ўз материалида сўз билан ифодаласа, фотожурналистлар фото дизайни билан очиб беришга ҳаракат қилади. Газета ҳар бир давлатда мухбирларига ва дизайнчиларига эга.

Газеталардаги матнлар хусусиятидан келиб чиқиб шундай дейиш мумкинки, ҳаётимизда нима долзарб бўлса, шу нарса ҳақида мақола ёзилади. Уларнинг ҳаммаси замонавий газетхонга мўлжалланган. Зеро, бугунги кунда замондошимизни ром қилиш қийин, чунки оммавий ахборот воситаларининг тури ҳам кўп, уларнинг хили ҳам кўп.

Матбуот нашрларининг ҳозирга қадар чоп этилиши ва жамиятда ўзига хос таъсирга эгалиги сўзнинг кучли восита эканини кўрсатади. Адабий

иждодан кучли ва кўп ўзгаришлар кутган кишилар бошқа одамларнинг ҳатто матбуот қаттиқ назорат остида бўлган вақтларда ҳам газета чоп этишдан тўхтамадилар ёки бу ишга ёрдам бердилар. Бироқ ҳозирги вақтга келиб мамлакатимиз кишилари ҳаётида шундай янгилинишлар бўлмоқда, газеталар ҳам улардан ортида қолиши мумкин эмас. Матубот янгича бозор иқтисодиёти шароитида яшаб қолиш учун энди фақат ахборот бериш билан чекланиб қолмай, аҳоли эътиборини қозонишни ўйлаши керак бўлиб қолди. Бугун муҳаррирлар газетанинг нафақат мазмун-мундарижаси, балки унинг ташқи кўриниши – дизайни устида ҳам бош қотиришга мажбур бўлмоқдалар.

Ҳозирги кунда муҳаррирлар ҳам, соҳа мутахассислари ҳам яхши дизайн қандай бўлиши кераклиги ҳақида турлича фикр билдирадилар, лекин бу масалага узил-кесил битта аниқ жавоб топиш мушкул. Дунёда бир мунча машҳур газета дизайнери Марио Гарсиа ўзининг Contemporary Newspaper Design /Замонавий газета дизайни/ китобининг учинчи нашрида қуйидагиларни ёзади:

“Газетага безак беришнинг юқори сифати – бу матн билан визуал элементлар – шрифт, фотография, рангли безаклар, инфографика ва “оқ бўшлиқ”ларнинг аниқ ва оқилона бирлаштиришдир. Ва агарда ана шу бирлаштириш керакли даражада амалга оширилган бўлса, унда ҳар бир элемент ўқувчи эътиборини тортади ва ахборотни янада таъсирчанроқ бўлишига эришилади”.¹

Яхши дизайн янгилик ва бошқа турдаги ахборот материалларининг оқилона ва ёқимли тарзда узатилишини таъминлайди. Дизайн – бу жараён, тайёр маҳсулот эмас, шу боис у турли бачканаликдан холи ва сезилмайдиган даражада бўлиши керак.

Дизайн жараёни бир қатор оддий элементлар – устунлар орасидаги бўшлиқлар, сарлавҳа ва матн, суратлар ва уларга бериладиган изоҳ кабиларга алоҳида эътибор бериш билан бошланади. Шрифт, сарлавҳа, фотосуратлар,

¹ Garsio M. Contemporary Newspaper Design/www.indesign.com/ February13/2012 , 12:00

безак ва бўшлиқ каби элементларлан доимий равишда моҳирона фойдаланиш ҳал қилувчи роль ўйнайди. Чунки улар газета таркибини тузиб чиқиш ва уни муаввафақиятли безатишда асосий калит вазифасини ўтайди.

“The Times” нашри дизайни хусусида гап кетганда, унинг ижтимоий-сиёсий характердаги жиддий нашр эканлиги газетани қўлга олгандаёқ сезилишини айтиш ўринли. Саҳифалар ортиқча чизиклардан, ортиқча безаклардан холи. Шрифтлар ахборот материаллари учун бир хил бўлиб, ўқиган кишининг кўзини чарчатмайди ва чалғитмайди. Матнлар шрифтига оид фонлар асосан йирик сарлавҳалар, рукн номлари ва рекламаларда ишлатилади. Ҳар бир саҳифада фотосуратлар ёки оддий расмлар учрайди. Газетани шунчаки варақлаб кўрган одам ҳам зерикмайди.

Ўқувчилар газета дизайнига қанчалик боғланиб қолишса, янгиликларнинг доимий тарзда тасвирлаб боришни ҳам шунчалик кутадилар. Газетанинг ташқи қиёфасига алоҳида эътибор қаратиш орқали ўқувчилар ишончини қозониш мумкин.

Намунали даражада амалга оширилган дизайн журналистик материалларни осон ўқиш ва тушунишга ҳам замин яратади. Матн, сарлавҳа ва турли қайдлар учун шрифтни тўғри танлашдаги энг асосий омил бутун бир саҳифа ёки унинг бир қисмининг аниқ ажратилганидир. Агар дизайн элементлари ахборотни тезда ва тўлиқ қабул қилишини хизмат қилмаса, ҳар қандай яхши дизайн ҳам ҳеч нарсага арзимаётган қолади. Ахборотни қабул қилишда дизайн усуллари ва тағзаминли ишоралари хусусида бош қотиришга ортиқча ўқувчиларнинг вақтлари ҳам, сабрлари ҳам етмайди. Дизайнернинг асосий вазифаси ўқувчига ҳаётни мураккаблаштириш эмас, балки енгиллатишдир. Умуман, дизайнер Гарсиа таъбири билан айтганда, яхши бажарилган дизайн янги сюрпризларга эшик очади. Фотосуратни кутилмаган тарзда кесиш ва жойлаштириш, ўзига хос сарлавҳа шакли ёки драматик безаклар ўқувчилар учун ҳайратланарли кутилмаган ҳолат бўлиб кўриниши мумкин. Айнан шу нарса уларни сизнинг нашрингизга қайта-қайта мурожаат қилишларига туртки бўлиши мумкин. Сюрприз элементини тез-тез

кўйиш имконияти туғилиши учун газета дизайни ҳам етарли даражада ўзгартиришга қулай бўлиши керак.

Эътиборни тезда ўзига тортадиган ва енгил ўқиладиган газета нафақат ўқувчилар, балки реклама берувчиларга ҳам ёқади. Улар ҳам ўз рекламалари йўналтирилган кишилар эълон матнини кўзни қувонтирадиган контекстда кўришларини хоҳлайдилар. Шунингдек, реклама берувчилар ўқувчилар бирор хабарни кунт билан ўқишга тутинганларида тўсатдан рекламага эътибор қаратишлари яхши самара беришига ишонадилар.

Бундан ташқари, сифатли газета дизайни рекламалар қиёфасининг ҳам яхши бўлишига хизмат қилади.

“The Times” газетаси Англия матбуотининг юзи ҳисобланади. Шу маънода унинг мазмун моҳияти бутун давлат босма нашрларининг таҳлили учун асосий мезон бўлиб хизмат қилади. Доимий тарзда жамоат эътиборини тутиб туриш эса жуда қийин масала ҳисобланади. Бунинг учун эса таҳририят ходимларининг тинимсиз изланишда бўлиши ва албатта давр билан ҳамнафас одимлаши муҳимдир. “The Times” газетасининг бошқа нашрлардан фарқланувчи жиҳати шундан иборатки, ундаги мақола ва ахборот хилма-хиллиги жуда юқори, мавзуга ёндашувида эса журналист ўз нуқтаи назарини имкон бориचा кенгайтиришга, фактлар орқали изоҳлаш йўли билан аниқлик киритишга ҳаракат қилишидадир. Яна бир муҳим жиҳат шундан иборатки, бу газета дизайнидир. Бизга маълумки, босма ОАВ учун ўз дизайни жида муҳим нуқта ҳисобланади. Негаки, инсонларда кўз орқали қизиқишни уйғотиш масаласи ҳар доим биринчи ўринда бўлган. “The Times” газетаси учун дизайн масаласи бу камалак каби ранг барангликни таъминлашдир, яъни газетадаги ҳар бир саҳифа мавзуга мос сурат ёки чизмали расм орқали маълумотларга аниқлик киритишидир. Газетанинг он-лайн версиясига назар ташласак ундаги асосий дизайн учун қаратилган эътибор бу журналист ўқувчи масаласини имкон бориचा олға суришга интилиши, кези келганда шу қадар

кизиқ тасвирий ифода ёки лавҳа билан уни мақолани охиригача сатрига қадар ўқишли қилишга хизмат қилади.¹

Кўриниб турибдики, газета илк саҳифасининг катта ҳажмини журналист фотоси эгаллаган. Саҳифанинг юқори қисмида газета саҳифаларининг номи жой олган. Жумладан, Home, News, Sports, Entertainment, Lifestyle, Opinion, Competitions, Photos, Classifieds, Directory рўнлари жой олган. Курсорни уларнинг исталгани устида боссангиз шу заҳоти бўлимдаги барча янгиликлар саҳифалари очилади. Бу ўқувчиларга қулайлик юзасидан яратилган.

“Latest news” номи остида эса куннинг энг муҳим сўнгги янгиликлари ўрин олган. Мақолаларнинг сарлавҳалари тартиб билан келтирилган ва ҳаво рангда ажратиб берилган. Бу эса газета дизайнини яратишда психолог маслаҳати билан ҳамкорликда яратилганидан дарак беради. Сабаби, ранглари тўғри танлаб қўйиш ҳам аудиториянинг кенгайишига ёки аксинча бўлишига рўл ўйнайди. Психологларнинг таъкидлашича ҳаво ранг инсон онгига тез таъсир кўрсатади ва қабул қилиниши жиҳатидан бошқа рангларга нисбатан ҳаво рангда берилган ахборот тез ва осон ҳазм қилинади. Шу билан биргаликда эътиборни кўпроқ тортади шу сабабдан “The Times” газетасининг дизайнида бу рангни кўп учратиш мумкин. Дизайнерлар он-лайн версиясида ҳам бу рангдан кенг фойдаланишади.

Биламизки, газета фаолиятида реклама жуда муҳим ўрин тутди. Иқтисодий маблағларнинг катта қисми айнан рекламалар орқали қўлга киритилади. Газетанинг бошқа жамоат ташкилотлари билан алоқалари қай даражада эканлиги ҳам айнан рекламалар орқали билиб олиш мумкин. Газетанинг интернет саҳифасига кирганимизда саҳифанинг ўнг қисмида рекламалар блоги жойлаштирилган. Ундаги рекламалар маълум дақиқаларда жуда тезликда ўзгариб туради. Буни биринчидан рекламалар сонининг

¹ 3-иловага қаранг.

кўплиги, иккинчидан эса ўқувчининг зерикиб қолишига йўл қўймаслик билан изоҳлаш мумкин.

“Classified ads” – “туркумли рекламалар” номи остида эса “Employment”- “иш берувчи”, “Real estate” - “ кўчмас мулк”, “General classified” - “умумий гуруҳлаш”, “For sale” – “сотиш учун”, “Professionals” - “мутахассислар”, “Trades and service” - “савдо ва хизматлар”, “Public notices” - “жамоат фикри” каби бўлимли реклама учун зарур бўлган махсус хизматлар тўплам ҳолда берилган. Буларнинг бундай тартибда берилишидан асосий мақсад ўқувчи ва реклама берувчилар ўртасидаги реал алоқани таъминлашдан иборатдир. Компаниялар ҳам ўз маҳсулотининг рекламасини газетанинг маълум вақтдаги сонларида берилишини истаса, ҳеч иккиланмасдан бу руқнга мурожаат қилиши мумкин. “Notices” - “жамоат фикри” руқни остида эса тинимсиз равишда аудиториянинг турли фикрлари билан юзланасиз. Таҳририятда ҳам айнан бу руқнга масъул алоҳида ходим фаолият юритади. Муаммоли вазиятларга газета эътиборини қаратиш ва унинг қандай позиция билан бу масалага ёндашишини ҳам айнан бу руқн орқали билиб олишимиз мумкин. Газета обрўсини ушбу руқн ҳал этиши мумкин яъни ундаги жонли мулоқот ойнаси ўқувчи учун газета қандай фаолият олиб бораётгани, уни қанчалик ўзига қизиқтира олаётганлигини ҳам айнан бу саҳифа орқали билиб олишимиз мумкин. Шунинг учун ҳам унинг мунтазам равишда кузатиб борилиши таҳририят томонидан йўлга қўйилган. Саҳифалар дизайнидаги муҳим жиҳат шундан иборатки, ўқувчи фақатгина матн билан чекланиб қолиши керак эмас, аксинча, турли кўринишдаги рангли ёки оқ қора рангдаги фото лавҳалар ахборот узатувчи вазифасини ўташи лозим деган ғоянинг илгари сурилганлигидир. Яна бир муҳим ҳолат шуки, аксарият хориж газеталарнинг нуфузи унинг қайси бир мавзун кун масаласи қилиб олганлигидир. Шунинг учун ҳам деярли барча газеталар ўз мавз қўламини имкон борица аудитория хоҳиш истакларидан келиб чиқиб белгилайди. Сенсацион яъни кутилмаган руҳдаги ахборотлар деярли газетанинг илк саҳифасидан ўрин эгаллайди. Сарлавҳалар учун асосан катта

шрифти ва тўқ ранглар танланади. “The Times” газетаси учун асосий мезон бу унинг Англия жамоати фикри билан одимлаш ва шу билан биргаликда давлат ижтимоий сиёсий ҳолати ҳақида жаҳон ҳамжамиятига Шунинг учун ҳам унинг ахборотиғина эмас, балки ҳар бир сўзни қандай ҳарфда, қайси рангда қандай берилиши, фото лавҳани қаерда қай тартибда жойлаштирилиши ҳам жуда муҳим масала ҳисобланади. Агар бир юқоридаги фото лавҳага назар ташласак, унда асосий эътибор кун учун муҳим нукта шу биргина расмда ўз аксини топганини кўришимиз мумкин. “Special birthday for villa” – яъни “вилла учун махсус туғилган кун” мақоласига эътибор қаратайлик. Биринчи навбатда сарлавҳанинг ўзиёқ эътиборни тортади. Беихтиёр нима ҳақда гап бораётганлигига қизиқиб қоласиз ва мақолани ўқийсиз. Бу ўқувчини ўзига жалб қилишнинг энг содда бироқ мураккаб усулларида биридир.

“Latest photos” - “сўнгги фотолар” рукнида эса фото мухбирларнинг энг сўнгги фото лавҳаларини кўришимиз мумкин. Деярли ҳар соатда янгиланиб боровчи фото блоklar ичида миллионлаб бир бирдан қизиқарли ахборийлиги жиҳатидан муҳим бўлган фотоларни учратиш мумкин.

“Most popular” - “энг машҳур” номи остида эса жамиятдаги энг сўнгги, инсонлар ичида машҳурлиги юқори бўлган мавзулардаги ахборотларни учратасиз. Бу рукнддаги хабарлар хориж аудиторияси учун ҳам жуда қизиқарли ҳисобланади. Чунки дунёнинг бошқа бурчагида яшаётган инсон учун ҳақам Англиядаги муҳим масала ёки ахборот ўз таъсирини кўрсатмасдан қолмайди. Айниқса бугун шиддат билан кучайиб бораётган глобаллашув даврида буни зинҳор инкор этиб бўлмайди.¹

Умуман газетанинг онлайн саҳифасидаги барча рукнлар энг замонавий интернет нашрлар билан рақобат берадиган даражада дизайн қилинган бўлса, нашрнинг анъанавий версияси газетанинг салкам икки юз йиллик тарихий тажрибасини ўзида намоён қилади, дейиш мумкин.

¹ 4-иловага қаранг.

II BOB. “THE TIMES” ГАЗЕТАСИ ФАОЛИЯТИДА МАВЗУ, КАСБИЙ МАҲОРАТ ВА ЭТИКА МАСАЛАЛАРИ

2.1. “The Times” газетасида мавзу танлаш ва янгиликларни узатишда касбий маҳорат масалалари

"The Times" мамлакатда ижтимоий сиёсий муаммоларни энг яхши ва қизиқарли шаклда таҳлил қиилши билан ва таҳлилий материаллари, айниқса, корреспонденция жанрининг энг яхши намуналарини учратиш билан ажралиб туради. “The Times” газетаси характерига кўра, деярли ҳаётнинг барча соҳаларини камраб олади. Буюк Британия ОАВ ҳақида маълумот берувчи “Willings” энциклопедиясида маълумот берилишича, ушбу газета таркибий мундарижасини қуйидаги йўналишлар ташкил этади:

- Сиёсий;
- Ижтимоий;
- Иқтисодий;
- Хорижий;
- Спорт;
- Маданият (театр, санъат, кино, кўргазма) кабилар ҳақида маълумот берилиши ҳақида қайд этилган¹.

Мавзулар йўналишларидан кўриниб турибдики, ҳар бир журналист ўз аудиторияси қизиқишидан келиб чиқиб ҳаётнинг маълум жараёнларини ёритишга ва шу асосда ҳам ўз ўқувчиларининг ахборотга бўлган эҳтиёжини қондиришига ҳамда унинг дунёқарашини оширишга интилади. Зеро, газета саҳифаларида сиёсат оламидаги ўзгаришларга алоҳида ўрин берилиши фикримизнинг ёрқин далилидир. “The Times” нашри ходимларининг мавзу танлаш ва янгиликларни саралаш маҳоратига тўхталадиган бўлсак, газетада

¹Willings Press Guide 2002/ Volume 1.128th edition. Waymaker Ltd.UK. 2009 Willings Press Guide 2009. Volume 1.128th edition. Waymaker Ltd.UK. 2009. p.37.

турли мавзудаги янгилик ва таҳлилий материалларнинг қизиқарли тарзда ёритилиб борилишини кузатамиз. Газетада турли мавзудаги янгилик ва таҳлилий материалларнинг қизиқарли тарзда ёритилиб борилишини кузатамиз.

Масалан, “The Times”да 2013 йилнинг 7 март сонида босилган журналист Крисс Гоурлайннинг “Now on TV: two men to every woman” мақоласи ҳам ижтимоий муаммолардан бирини кўтариб чиққани, ҳам бевосита журналистика соҳаси билан боғлиқ ҳолда тасвирлангани эътиборимизни тортди. Чунки кундалик газеталарда журналистлар асосан ҳаётнинг турли жабҳалари ҳақидаги, турли мавзудаги янгиликларни ёритишаверади-ю, ўз соҳаларида худди шу йўналишда муаммолар бор йўқлиги ҳақида кам ўйлашади. Мазкур мақолада ёзилишича, аёллар эркинлиги ҳаракати мамлакатга йўлга қўйилганига қирқ йил бўлган бўлса ҳам, ТВ да ишлаётган аёллар сони кам бўлиб, учдан бир қисмини ташкил этади. Журналист 2012 йил июль - октябрь ойлари давомида BBC1, BBC2, ITV1, Channel4, Five, Sky1 телеканаллари дастурларида аёл журналистларнинг фаолиятини тадқиқ этиб ушбу мақолани ёзган. Унга кўра аёллар кўпроқ санъатга оид кўрсатувларни тайёрлашда қатнашишини кузатган. Жиддий таҳлилий кўрсатувлар ва тезкор янгиликларда улар кам кўринишади. Мақолада феминист ёзувчи Германи Грирнинг фикри ғайриоддийлиги билан ажралиб туради: “There seems to be a policy of editing out women in the media. Their pictures are rarely in the papers, sometimes even when the story is about them. And you may have noticed, women don’t die – they are never in obituaries”. Яъни: “аёлларнинг ОАВ да намоён бўлиши бўйича махсус сиёсатни йўлга қўйиш керакдек туюлади. Аёлларнинг Аёлларнинг суратлари газеталарда жуда кам кўринади, бу баъзан мақола айнан улар ҳақида бўлсагина кузатилади. Яна сиз шуни кузатишингиз мумкинки, аёллар

ҳеч қачон вафот этишмайдигандек, уларни ҳеч қачон “Хотирлаш” саҳифаларида беришмайди”.¹

Мазкур нутқ балки мамлакат журналистикасини кузатганда эътирозларга сабаб бўлиши мумкин. Лекин бу журналистнинг эмас, балки интервью берувчининг қарашлари. Мақолада журналист унинг фикри мунозара талаб бўлганлиги учун айнан феминист ёзувчи эканлигини алоҳида таъкидлаб ўтган. Асосийси у мақолани қизиқарли қилган. Яна бир жиҳати шундаки кундалик газета учун бу каби ижтимоий мавзудаги мақоланинг ёзилиши ва чоп этилиши катта муваффақият.

Шу ўринда таъкидлаш лозимки, оммавий ахборот воситалари кун тартибини белгилашда ўзлари хоҳлаганча йўл тутиши мумкин эмас. Улар бу ишда аудитори қизиқиши ва приоритетларидан келиб чиқиши лозим. Агарда аудитория учун муҳим бўлган мавзулар ОАВ “кун тартибида” пайдо бўлмаса, аудитори бу ОАВга ишонмай қўяди. “The Times” нашри ҳам худди шу йўлдан боради. У ҳар бир ахборотиға халқни ишонтиришни ўз олдига мақсад қилиб қўяди ва бунга эришади ҳам.

Кундалик нашр учун ҳар кунги янгиликларни излаб топиш, ишлаш ва чоп этиш осон иш эмас. Рўй бераётган воқеалар орасидан энг муҳимларини саралаш ҳам, уларни муносиб равишда оммага етказишда ҳам журналистдан катта маҳорат талаб қилади. Бироқ кунлик нашрда фаолият юритаётган журналистдан маҳорат, янгиликларни тезлик билан саралаш каби фазилатлар билан бир қаторда энг аввало тезлик талаб қилинади. Назарияга кўра, кунлик нашрда берилаётган янгиликларнинг тўртта асосий категорияга бўлиш мумкин:

- одамлар билиши керак бўлган янгиликлар;
- одамлар билиши шарт бўлган янгиликлар;
- одамлар билишни хоҳлайдиган янгиликлар;
- одамлар билишга қизиқадиган янгиликлар¹.

¹ Gurlain Kriss, Now on TV: two man to every woman, The Sunday Times, may 7/2013.p. 9.

Мана шу тўртта категориядан бирига тўғри келадиган янгиликларгина ёритишга муносиб ҳисобланади. Масалан, агар шаҳар аэропорти ходимлари иш ташлаш эълон қилишмоқчи бўлса, бу ҳақда одамлар билиши шартми? Ёки бу улар билиши керак бўлган янгиликлар сирасига кирадими? Агарда сиз ҳеч қаерга училишни режалаштирмаган бўлсангиз, бу янгилик сиз билишингиз зарур янгиликлардан эмас. Лекин аэропортга боришни режалаштирмаган бошқа кўплаб томошабинлар учун ҳам бу янгиликни билиш қизиқарлидир².

Янгиликнинг таърифи сифатида ғарбу шарқ ҳар доим ит ҳақидаги воқеа ва фикрни таъкидлайди. Бу фикрни АҚШнинг “New York Sun” газетасида фаолият кўрсатган Жон Богарт айтган:

“Агар ит одамни тишласа, бу янгилик эмас, бироқ одам итни тишласа, бу янгиликдир”. (Қаранг: Conrad C.Fink. Introduction to professional newswriting. USA: Longman Publishers, 1998)³.

Шу ўринда кўриш мумкинки, баъзи янгиликлар юқорида саналган категориялардан бир қанчасига тўғри келса, баъзилари шунчаки қизиқарли бўлганлиги учунгина газета саҳифаларига олиб чиқилади. Мухаррирлар эса ҳар сафар янгиликларни саралашга киришганда, мана шу саволларни ўзига бериб кўришлари зарур ҳисобланади:

- *Бу янгиликни одамлар билиши зарурми?*
- *Улар бундан билишни хоҳлайдими?*
- *Ёки улар бундан хабардор, лекин яна ҳам кўпроқ маълумот олмоқчимми?*

Ушбу вазифани янада осонлаштириш учун журналистика назариясида «янгилик қиммати» (ёки аҳамияти - news values) категориялари ишлаб чиқилган. Турли манбаларда мазкур тушунчага бироз фарқлар билан

¹ Организация работы отдела новостей, Материалы семинара для директоров отделов новостей, [АНО Интерьюс](#).: 1998, - 8 с.

² Организация работы отдела новостей, Материалы семинара для директоров отделов новостей, [АНО Интерьюс](#).: 1998, - 9 с.

³ Ҳ.Саидов, Н.Тўхлиева. Журналистик ижод маҳорати асослари. Т.: 2009. 6 б.

ёндошилади. “Broadcasting news” китобида янгиликлар кадри қуйидаги мезонлар бўйича баҳоланади:

Воқеанинг аҳамияти. Янгиликлар тингловчини шахсан қизиқтириши лозим. Шунинг учун маҳаллий янгиликлар узокда содир бўлган воқеалардан кўра аҳамиятлироқ. Масалан, солиқларнинг ошиши, кўчаларнинг ёпилиши, атроф-муҳитнинг ифлосланиши, об-ҳаво ўзгаришлари ва б.

Баъзида эса йирик янгиликлар қаерда содир бўлишидан қатъи назар аҳамиятли бўлади. Булар каторига сайловлар, табиий офатлар кабиларни киритиш мумкин.

Машҳурлик. Янгилик қанчалик машҳур шахсга алоқадор бўлса, унинг аҳамияти шунчалик ошади. Чунки одамлар бошқа одамларнинг ҳаётига доим қизикади.

Тезкорлик. *“Винодан фарқли ўлароқ, янгиликнинг кадри вақт ўтгани сари ошмайди”*, деб ёзади Девид Рендалл¹. Бугун содир бўлган воқеа, одамларга бугуннинг ўзида етказилиши керак. Айни дақиқаларда давом этаётган жараён (яъни воқеа жойидан жонли эфирга чиқиш) энг катта қизиқиш уйғотади ва аҳамиятли бўлади.

Ушбу мезон анча нисбий эканини ҳам ёдда тутиш муҳим. Агар маълум бир воқеа бир ҳафта олдин содир бўлган бўлса, лекин у ҳақда ҳали ҳеч ким хабар топмаган бўлса, унинг янгилик сифатидаги кадри баланд бўлиши мумкин. Лекин бир неча дақиқа аввал содир бўлган воқеа ҳам бошқа барча оммавий ахборот воситалари уни ёритиб бўлган бўлса, уни худди шу шаклда такрорлаш сизнинг нашрингизга обрў келтирмайди.

Таъсир. Воқеанинг томошабин тингловчи ўқувчи ҳаётига, уларнинг турар жойлари ва турмуш тарзига таъсирини ўрганиш керак. Қанча кўп одамга бу воқеа таъсир ўтказадиган бўлса, унинг янгилик сифатида эътиборга моликлиги шунчалик ошади. Масалан, дунёнинг у ёки бу мамлакатада революция содир бўлиши, нафақат ўша мамлакат аҳолиси,

¹ Д.Рэндалл. Универсальный журналист. 17 с.

балки қўшни давлатлар, баъзида эса бутун халқаро ҳамжамиятга таъсир қилиши мумкин. Демакки, бундай янгилик газеталарнинг биринчи саҳифаларида, янгиликлар дастурининг биринчи дақиқаларида одамларга етказилиши тушунарли ҳолдир.

Зиддият. Жисмоний ёки маънавий қарама-қаршиликлар шахслар, гуруҳлар ёки миллатлар ўртасида зиддият туғдириши мумкин. Бу эса бошқалар учун доимо қизиқарли ва аҳамиятли туюлади. Журналист зиддиятни аниқлай олиш, унинг аҳамиятини баҳолаш ва ундан ноёб янгилик тайёрлашни билиши керак.

Шубҳа. Баъзи янгиликлар ҳаммада бирдек муносабат уйғотиб, шубҳага сабаб бўлмаслиги мумкин. Баъзилари эса қилинаётган ишнинг адолатлилиги ёки амалдорларнинг бирор манфаатлари асосида амалга оширилаётгани борасида шубҳа келтириб чиқаради. Масалан, бирор бир мукофотни амалдорнинг жияни ютиб олгани ва бошқа “тагида нимкосаси” бўлган мавзулар. Бироқ уларни ёритишда эҳтиёт бўлиш тавсия қилинади. Журналистнинг вазифаси нимагадир шаъма қилиш эмас, балки фактлар билан чекланиш. Қолганини одамлар ўзлари маромига етказди...

Ноёблик. Хар куни учрамайдиган, ноёб ҳодисалар янгиликларга олиб чиқилади. Яъни ит одамни эмас, одам итни тишлагани - бу янгилик. Масалан, самолёт қулаши кам учрайдиган ҳодиса бўлгани учун ёритишга молик, бироқ кунига минглаб самолётлар учиб, ҳеч қаерга урилмайди ва буни ҳеч ким ёритмайди ҳам.

Инсоний қизиқишлар. Баъзида тингловчи\томошабин машҳур бўлмаган одамларнинг ҳаётидаги воқеаларга қизиқиши мумкин. Чунки улар бошқаларнинг муаммоларига эътибор беришни, ютуқлари ҳақида билишни хоҳлайди. Бундай хабарлар эса янгилар дастурларини мувозанатга солиб туришга хизмат қилади.

Номаълумлик. Баъзи янгиликлар одамларда «Охири нима бўлар экан-а?», деган савол уйғотади. Томошабин аниқ жавоб ёки тасаввурга эга бўла олмагани учун кейинги янгиликларни кутиб ўтиради.

Янгилаб бориш. Аввал хабар қилинган воқеалар тўғрисида сўнгги тафсилотларни узатиб туриш, тингловчилар қизиқиши ва хурматини оширади. Шунинг учун катта воқеалар тўғрисида битта янгилик билан чекланиб қолиш ёки ўша янгиликни кечроқ таркорлаш тўғри эмас.

Албатта, “The Times” газетаси фаолиятида янгиликларнинг мавзулар камрови ҳамда уларнинг юқорида келтирилган сифатларга жавоб бериши хусусида гап кетганда бутун дунёда сўнгги вақтларда ғоят оммалашган ва турли мунозараларга сабаб бўлган мавзу – Россия – Украина можаросининг газета саҳифаларида ёритилиши хусусида тўхталмай иложимиз йўқ. Чунки ишнинг аввалги қисмларида таъкидлаганимиздек, “The Times” нашри халқаро мақомга эга ва унинг саҳифаларида ёритилган масалалар халқаро майдонда юз бераётган воқеаларга ўз таъсирини ўтказиши мумкин.

Мазкур икки давлат ўртасидаги муаммолар газетанинг анъанавий ва онлайн саҳифаларида давомли тарзда ёритиб турилди.

Газетанинг анъанавий саҳифаларида йирик мақола тарзида босилди. Бироқ эътиборли жиҳати агар нашрнинг аввалги сонларида халқаро можаролар ҳақидаги шарҳларни ўқисак, баъзан шарҳловчиларнинг кескин хабарларини ўқир эдик. Кўп ҳолларда АҚШ журналистлари билан “The Times” журналистлари бир-бирига ўхшаш бўлар эди. Бу ҳолатлар кўп ҳолларда Ироқ Ва АҚШ муносабатларини ёритишда яққол кўзга ташланиб келган. Жумладан, уларнинг барчасида уруш ёки нотинчлик кечаётган ҳудудларда маҳаллий ҳокимиятни қоралаш, уларни демократик талаблар ва халқ манфаатларини кўзламасликда айблаш ва шунинг оқибатида мана шундай муаммоларга учрашганини очиқ айтиш ҳоллари кўп кузатилган.

Бироқ бу сафар берилган мақолаларнинг аксарияти асосан Украинадаги хунрезликлар ҳақида ёритилди. Унда асосан нотинчлик оқибатида турли гуруҳлар нима ишлар қилишгани, неча одам жароҳатлангани ҳақида ёзишди.

Жумладан, газетанинг 2014 йил 3 май санаси журналист Бен Хоуленинг “Observers released with Ukraine on the edge of war” (“Кузатувчилар Украинани билан уруш арафасида танишди”) номли мақоласида мазкур можаролар кўп

одамларнинг ҳаётига зомин бўлаётгани ҳақида ёзади. 20 февралда Россияга қарши намоёишга чиқиб, ҳарбийлар билан тўқнашиб 31 киши, ўтган тунда (4 майда) Қримни қайтариб олиш мақсадида уюштирилган намоёишларда қамада 50 киши ҳалок бўлгани ёзилади. Бунда асосан Украина аҳолиси ва Россияга қарши бўлган гуруҳларнинг ўз ҳукуматларидан норозилиги, натижада мана шундай талафотлар юз бераётгани ёзилади. Россиянинг ҳаракатларига ҳеч қандай баҳо берилмайди.¹

Интернет саҳифасида ҳажман кичик хабарлар шаклида ёритилди. Қўшимча фотосуратлар ва видеолар билан бойитилди. Воқеалар дастлаб ҳар ярим соатда ёритилди. Кейинчалик эса бу воқеаларга кўп ўрин бермайдиган бўлишди.

Бизнингча, бу ҳолат газетанинг эҳтиёткорона ёндашуви бўлиши эҳтимолдан холи эмас.

Умуман олганда, “The Times” газетаси саҳифаларида чоп этилган материаллар тематик жиҳатдан ранг-баранг бўлиб, бу кундалик нашр характерида келиб чиққан. Бошқа томондан нашрни янада қизиқарли бўлишини таъминлаган. Бундан келиб чиқиб айтиш мумкинки, газета таҳририяти томонидан журналистлар қаламга олиши мумкин бўлган мавзулар чегараланмайди.

Маълумки, мавзу танлаш журналистнинг бирор бир воқелик тўғрисида материал тайёрлашнинг бошланғич фаолиятидир. Шу боис бу жараёнда юқорида қайд этилган талабларни ёддан чиқармаган ҳолда ҳаракат қилиш ҳар бир журналист ўзи ёзмоқчи бўлган материалнинг ўқувчилар томонидан илиқ қарши олинishiга замин ясаши зарурлигини ҳис этиши лозим.

¹ Hoyle Ben, Observers released with Ukraine on the edge of war, may 3/ 2014 , p.12.

2.2. Касбий этика тамойилларига амал қилиш нашр фаолияти самарадорлигининг муҳим омили сифатида

Журналист меҳнати маҳсули бўлган ахборот товарини ишлаб чиқариш бир неча босқичли ишлар механизmidан ташкил топади. Хусусан, биринчи навбатда янгилик бўлишга яроқли воқеа ёки мавзу минглаб жараёнлар орасидан танлаш муаммосини биз аввалги фаслда кўриб ўтдик. Аниқ бир мавзу ёки воқеани танлаш – бу ҳали тайёр маҳсулот эмас, балки у фақат журналистнинг тўлақонли асар ёзишдаги бошланғич фаолиятидир. Ундан сўнг янада мураккаб ва кўп меҳнат талаб қиладиган жараёнлар ва босқичлар мавжудки, бу борада журналист маҳоратининг ўзи камлик қилади, журналистнинг чуқур билими, муомала маданияти, изчил фикрлай билиши ва бошқа хусусиятлари асосий даражага чиқади. Мазкур жараёнлар фактларни тўплаш ва таҳлил қилишдир. Уларга ҳар қандай журналистнинг ҳам инсон сифатидаги, ҳам соҳа кишиси сифатидаги маданияти ҳамда ахлоқи ёрқин намоён бўлади. Шу асосда “Умуммиллий, умуминсоний маданиятнинг хусусий таркибий кўнишлари силсиласида муайян касб-корга хос бўлган ихтисослик (касб) маданияти”¹ кўнишларидан бири – журналистнинг касбий маданияти масаласига ҳам тўхталмай иложимиз йўқ. Чунончи, “Репортёрлик фаолиятининг назарияси ва амалиёти” ўқув қўлланмаси муаллифлари таъкидлаганларидек:

“Бу маданият моҳият эътибори билан, журналистнинг ахборот устида ишлаш ва уни узатиш фаолияти билан бевосита боғлиқ. Шу боис уни журналистнинг ахборий маданияти деб аташ мумкин”².

Ушбу таърифдан кўриниб турибдики, журналистика соҳасида касбий маданият асосан ахборот билан ишлаш жараёнида юзага чиқади ва бунда, шубҳасиз, ахборот товарини тайёрлашни барча босқичлар, хусусан, фактлар йиғиш ва уларни таҳлил қилиш фаолияти ҳам назарда тутилади.

¹ Репортёрлик фаолиятининг назарияси ва амалиёти. Т., 2002. 11-б.

² Ўша асар. 11-б.

Журналист ахборотида ахлоқий меъёр ва тамойил асосида ҳаққоний, холис, сўз эркинлигини чегараламайдиган сифатларни тўла таъминлаш учун ҳаётда юз берган энг қизиқарли «илгари номаълум бўлган (янги оҳори тўкилмаган), фавқулодда»¹ хабар ва ҳодисаларни саралаш улар тўғрисида факт ва маълумотларни тўплашнинг ўзи камлик қилади. Шу асосда айтиш мумкинки, журналист ўзи танлаган мавзу доирасида тўплаган маълумотларни муносиб ва самарали равишда тўғри кетма-кетликда қўйиши, касбий ахлоқнинг зарурий талаблари асосида фактлар устида ишлаши, ўз асаридаги фикр ва ҳодисалар ҳаққонийлигини ўқувчига аниқлик тамойилидан келиб чиққан ҳолда бетарафлигини исботлаши учун камида икки ёқлама фикрни бериши кабилар бевосита журналист фикрларни исботлаш, талқин қилиш, шарҳлаш жараёни билан боғлиқ.

Ҳозирги ахборот алмашинуви жараёнлари тезлашган бир шароитда журналист ахбороти зиммасига ижобий мазмундаги факт ва хабарларни мутаносиб ҳолда узатиш, воқеаликни кимнингдир таъсири ёки нуқтаи назаридан келиб чиқиб баҳолаш, талқин этиш кабилардан қочиш вазифаси юкланиши табиий ҳолдир. Шу муносабат билан ОАВ ҳодимлари ижодида воқелик манзараларини талқин этиш, шарҳлаш муаммоси сезиларли кучга ега. «Репортёрлик фаолиятининг назарияси ва амалиёти» ўқув қўлланмаси муаллифлари берган таърифларига кўра «Факт талқини истилоҳи хабар қилинаётган воқеа-ҳодисани мазмунан изоҳлаш, маъно-мундарижасини тушунтиришни англатади ҳамда узатилаётган воқеоикка яқинлаштиришга, воқелик билан мувофиқлаштиришга имкон беради. Демак, журналист талқини ҳаётнинг ёритилаётган бир «бўлаги»ни воқеликдаги айнан шунга монанд ҳодисалар мезонида баҳолаш ва уларни ўзаро қиёслаш орқали ижтимоий қиймати ва аҳамиятини тайин этиш имкони ва усулидир»².

Таъкидлаш керакки, гарчи журналист ўз ижодида рўй берган воқеани бор ҳолича тасвирлаб беришга ҳар қанча уринса ҳам материални тайёрлаш ва

¹ Рендалл Д. Универсальный журналист. Алмата. 1997. 36с.

² Репортёрлик фаолиятининг назарияси ва амалиёти. Тошкент. 2002. 32-б.

чоп этиш жараёнида ахборотга озми-кўпми муаллифнинг, таҳририятнинг муассиснинг, ахборот манбаининг ижтимоий тажрибаси, интилиши ва манфаатлари таъсир этиб туради. Шу сабабли айтиб туради, воқеа турли сиёсий, ижтимоий ва бошқа йўналишлардаги нашрлар томонидан турлича шарҳланиши, баҳоланиши ва тушунтирилиши мумкин.

Таъкидлаш керакки, жаҳон журналистикаси тарихида кодекс яратиш XX асрнинг иккинчи ярми, айтимса, асрнинг сўнгги ўн йиллигида оммалашган. 1954 йили қабул қилинган Халқаро журналистлар федерациясининг “Журналист одоби принциплари декларацияси”. 1996 йили амалга киритилган Профессинал журналистлар жамиятининг “Ахлоқий нормалар кодекси” каби халқаро майдонда қабул қилинган кодекслар фикримизга далил бўла олади. Бугунги кунда АҚШ ва кўплаб Европа мамлакатларида, жумладан: Бельгия, Швеция, Исландия, Испания, Германия, Буюк Британия каби давлатларда журналистика соҳасига дахлдор касбий ахлоқий кодекслар қабул қилинган ва улар ҳозиргача бунга амал қилиб келмоқдалар. Буюк Британияда қабул қилинган “Амалиёт кодекси”да журналист ўзи бўлиши кераклигини таъкидловчи меъёрлар мавжуд ва улар, шубҳасиз, журналист ахборотининг чексиз қудрати ва таъсирини назарда тутган ҳолда қайд этиб қўйилган. Бироқ шундай бўлсада, кодексда махсус эслатма билан “жамоатчилик манфаатини ўзида ифода эта оладиган ўринларда истиснолар бўлиши мумкин ва улар махсус (*) белги билан кўрсатилади” дейилган.

Журналистларнинг фаолиятида дискриминацияга йўл қўйилмаслиги учун деярли барча давлатларда журналистлар учун этика нормалари белгиланган. Масалан, Болгариянинг қонунида «Журналистнинг миллий ва диний муносабатлар ўртасида душманликни келтириб чиқарувчи, инсон қадр-қимматини топтовчи сўз ёки жумла ишлатишига йўл қўйилмайди» дейилган. Кўплаб Европа давлатларининг журналист этикаси бўйича қоидалари мазмунан деярли мана шундай. Ҳамма нарсани ёритишда касбий нуқтаи назардан келиб чиққан ҳолда, эҳтиросларга берилмасдан, журналистик этика нормаларига риоя қилган ҳолда яхши асар ярата оладиган

журналист ҳақиқий профессионалдир. Чунки, ҳар қандай журналистнинг ахлоқий нормаларга эътиборсизлиги унинг нопрофессионал эканлигидан даракдир.

Бундан келиб чиқиб айтиш мумкинки, журналист ўзининг жамият олдидаги вазифасини тўқис бажариши учун соҳа ва қатламларни қаламга олиши мумкин, бироқ бунда ҳамма нарсанинг оқибатини ўйлаш зарур. Шу маънода журналист асарида кишиларнинг шахсий ҳаётига аралashi, жинояти фош бўлган ёки гумон қилинган шахснинг қариндошлари, дўстларини маълум қилиш, турли яширин унсур ва воситалар, телефон суҳбатларини тинглаб ноқонуний равишда олинган маълумотларни ошкор қилиш таъқиқланади. Бимроқ буларнинг барчасига (*) белгиси қўйилган. Маълумки, мазкур белги жамоатчилик манфаати йўлидаги истисноликларни кўрсатади. Демак, агар умуҳамамият ва манфаатга боғлиқ бўлса, бундай маълумотларни ҳам бериш мумкин. Шу ўринда жиддий савол туғилади. Мазкур кодексда назарда тутилган жамоатчилик манфаатларига нималар киради? – бу саволга жавобни ҳам кодексдан топиш мумкин.

1. Жамоатчилик манфаати қуйидагиларни ўз ичига олади:

а) Жиноят ёки оғир айбни фош этиш (топиш ва ёритиш);

б) Жамоатчилик соғлиғи ва ҳавфсизлигини ҳимоялаш;

с) Бир шахс ёки ташкилот томонидан жамоатчиликка бирор сўз ёки ифода, ҳаракат билан нотўғри маълумот бериш (алданишни олдини олиш).

2. Жамоатчилик манфаати қаерда кўринса;

Матбуот шикоятлари комиссияси муҳаррирдан жамоатчилик манфаати йўлида қандай хизмат кўрсатилгани тўғрисида батафсил тушунтириш талаб қилинади.

3. Болалар билан боғлиқ ҳолатларда бола манфаатининг нормал (одатий) муҳимлигини устун қўйиб, истисноли тарзда жамоатчилик манфаатини ифодалаш керак. Ушбу кўчирмадан кўриниб турибдики, агар қаерда журналистлар жамоатчилик манфаатига жиддий салбий таъсир этувчи ҳолатдан хабар топсалар, уни дар ҳол қаламга олиш зарур. Шу ўринда

болалар билан боғлиқ салбий воқеликларни ёзиш масаласида тўхталиб ўтамиз.

Маълумки, кўпгина кодекслар қатори мазкур маёёрлар тўпламида ҳам жинойт содир этган бола шахсини аниқлаштириш ман қилинади. Бу эса ўз навбатида журналистдан мазкур мавзуда қалам тебратишида эҳтиёткорликни талаб қилади. Шунинг ҳам унутмаслик керакки, болалар ҳар бир миллатнинг эртаси ва бу борадаги маълумотлар, ахборотларни ёритиб бориш журналистлар учун мажбурий воситадир. Харақатига кўра, “The Times” газетаси кўпроқ ижтимоий сиёсий масалаларни кўтаргани боис, биз бевосита унда болалар жинойтчилиқ мавзусининг ёритилишига мурожаат қиламиз: “The Sunday Times” газетасининг 2013 йил 30 март сонидида “Controversy of The Week” (“Ҳафта мунозараси”) рукни остида “Britain’s Child Criminals” (“Британиялик бола жинойтлари”) мақоласи берилган. Унда турли ёшлардаги болалар томонидан содир этилаётган безорилик ва майда жинойтлар, ичкилик ва чекишнинг ёйилиб кетаётгани тасвирланган. Қасбий ахлоқ талаби нуқтаи назаридан мақолани текширсак, журналист мавзуни қаламга олиш мобайнида болаларнинг ёши ва исмини бериш билан чекланган. Ҳатто, “Роберт ярамас (безори) эмас фақат нима хоҳласа, шунини қилади” дея жавоб берган 15 ёшли Роберт ва 17 ёшли Вен Уайтларнинг отасини сирлича қолдиради. Бу мисолдан кўриниб турибдики, журналист этикаси меёёрлари ОАВ ходимининг мавзу танлаш борасидаги имкониятини чегараламайди, балки кўпроқ танланган мавзуни қаламга олиш жараёнида уни ахлоқ доирасида ҳаракат қилишига чақиради. Бу ўринда Матбуот шикоятлари Комиссиясининг “Амалиёт кодекси”да болаларга алоқадор жинсий масалалар билан боғлиқ жинойтларни ёритиш меёёри ҳам акс эттирилганини таъкидлаш лозим. Бироқ мавзуни танлашда, аввал таъкидлаганимиздек журналист бу мавзуни кўтаришдаги асосий мақсадни ва ёзилажак материални ўқувчиларга қандай таъсир кўрсатиши мумкинлигини мулоҳаза қилиб кўриши лозим. Журналистика соҳаси амалиётида самарали хизмат қилган тадқиқотчилардан бири М.Менчер ўзининг ўзининг “News Reporting

and writing” асарида қуйидагиларни ёзади: “Тадқиқотлар шуни кўрсатадики, репортёрларга қарши билдирилган асосий шикоятлардан бири: уларда материаллар кишиларга зарар етказадими – йўқми деган фикрга қизиқишларининг камлигидир.

Яна бошқа танқидлар эса сенсация (шов-шув) га берилиш ва хусусий ишларга аралашидир”.¹

Айни шу йўналишлардаги муаммоларни олдини олиш мақсадида профессионал журналистлар жамияти томонидан қабул қилинган “Этика кодекси”даги “Зарарни камайтиринг” талаби остида берилган айрим мажбурият характеридаги меъёрларни қайд этиб ўтамыз:

- ахборотни тўплаш ва тарқатиш зарар ёки кўнгилсизликларга олиб келиши мумкинлигини эътироф этиш;

- жамоатчилик расмий (раҳбарлари) лари ва ўзига қувват, таъсир кўрсатиш ва эътибор (кўрсатиш йўли) қидираётган бошқа кишиларга нисбатан оддий фуқароларда ўзлари ҳақидаги ахборотларни назорат қилиш борасида ҳуқуқ бор. Фақатгина жамоатчилик эҳтиёжини устун қўйган ҳолдагина бирор кишининг шахсиятига аралашishi оқланиши мумкин.

- даҳшат (шафқатсизлик) лардан завқланишга тарғиб этишдан сақланинг.

Агар биз журналистика соҳасида амал қилаётган касбий-ахлоқий тамойил ва меъёрларни айнан асарда воқеликни шарҳлаш, фактларнинг тўғрилигини исботлаш нуқтаи назаридан текширсак, аксарият меъёрлар орқали ОАВ ҳодимлари олдида бу борада бир қатор талаб ва мажбуриятлар қўйганини гувоҳи бўламиз. Зеро, «талқин этиш холислик (беғаразлик) ҳамда ҳаққонийлик тамойилларига асосланади. Шу асосда айтиш мумкинки, ҳозирги вақтда фактлар билан ишлаш, ўз ахборотининг ҳақиқатга яқинлигини исботлаш жараёнларида журналистлар орасида ўзига хос шиор даражасига кўтарилган «фактларга шахсий фикрларни аниқ ажратган ҳолда ёндашиш»

¹ Mencher M., News Reporting and Writing. 5th Edition, Columbia. University of Missouri. 2000.p. 238.

тушунчаси халқаро ёки маълум бир мамлакат миқёсида қабул қилинган ахлоқий тамойил ва меъёрларнинг барчасида у ёки бу шаклдаги ўз ифодасини топган.

Юқорида таъкидлаганимиздек, журналист материалида фактлар устида ишлаш, уларни баҳолаш ижодкорнинг асарни яратишдаги залворли меҳнатининг энг сўнгги, айтиш мумкинки, мураккаб босқичидир. Бу жараёнда асосий касбий этика тамойиллари бўлмиш ҳаққонийлик, холислик(бетарафлик) ва сўз эркинлигига қатъий амал қилиш муҳим зарурият сифатида баҳоланади ҳамда журналистика назариясида қилинган кўпгина тадқиқотларда ушбу заруриятни ҳар томонлама таъминлаш усуллари борасида турлича қарашлар илгари сурилади. Инглиз тадқиқотчиларидан бири Гай Тачмен ўзининг “Objectivity as Strategic Ritual: An Examination of Newsmen’s Notion of Objectivity” номли тадқиқотида фактларга аниқлик киритиш ва холисликни таъминлаш учун ахборотнинг формал атрибутлари сифатида қараладиган тўрт стратегик процедура (қонуният)ни илгари суради.

- ✓ Зиддиятли эҳтимолларни тайёрлаш;
- ✓ Ёрдамчи далилларни тайёрлаш;
- ✓ Ахборотни тўғри (муносиб) кетма-кетликда тузиш;
- ✓ Кўчирма ва қўштирноқларни моҳирона (мулоҳаза билан) қўллаш¹.

Биз битирув малакавий ишимизнинг мазкур фаслида ушбу процедураларнинг тадқиқотчи қарашларидан келиб чиққан ҳолда таҳлил этишга ҳаракат қиламиз ва зарурий ўринларда касбий этика тамойилларига мурожаат этамиз. Бевосита фактлар билан ишлаш жараёнида кўпинча тўғрилиги исбот талаб қилинадиган маълумотларга аниқлик киритишнинг иложи бўлмаслиги мумкин. Шундай ўринларда ҳам журналистнинг фактлар тўғрилини аниқлаши мажбурий вазифадир. Бу ҳолатда турли тахминларни илгари суриш ва асоссиз фикрларга таяниш ярамайди. Қолаверса,

¹ Қаранг. Эркин сўз. Ахборот ҳуқуқи муаммоларига доир тўплам. Т.: Ижод дунёси. 2003. 25-б.

«Профессионал журналистлар жамиятининг ахлоқ кодекси»да белгиланган «янгилик ҳодисаларини нотўғри (бошқа) томонга йўналтирувчи қайта ишлашлар ва сахналаштиришдан сақланиш»¹ мажбуриятининг бузилишига йўл қўймаслик зарур. Шундай экан, бундай вазиятдан қандай чиқиб кетиши мумкин? Биз бу саволга қуйидаги мисол орқали жавоб беришга ҳаракат қиламиз:

Масалан, бирор-бир машҳур давлат арбоби бир фикрни айтгани тўрисида хабар топилса-ю, аммо бунга аниқлик киритишнинг иложи бўлмаса, бундай маълумотни ёритиш нашр турига ҳам, журналистга ҳам муаммо туғдиради. Шу боис журналист ўзи боғланиши мумкин бўлган бошқа раҳбардан ўша маълумотнинг тўғри ёки нотўғри эканлигини тасдиқлатиб олиши зарур.

Оммавий ахборот воситалари бу тузумнинг демократик характерини белгилайдиган ва рўёбга чиқарадиган институтдир, яъни оммавий ахборот воситалари эркин ва мустақил бўлган мамлакатгина демократияга эриша олади, сабаби, халқ ўз дилидагини гапириш, ўз хоҳишига кўра яшаш тарзини белгилаш, бунинг учун турли фикрлар ва ахборотларни излаш, олиш ва тарқатиш имконига эга бўлсагина демократик давлатга эришиш мумкин. Бу борада “Босма оммавий ахборот воситалари ва ахборот агентликлари журналистларининг ахлоқ – одоб кодекси” нинг қабул қилиниши ҳам соҳа тараққиётига бўлган эътибордан даракдир.

Шу сабаб, ушбу мамлакат журналистикаси тараққиётида журналист фаолиятини тартибга солувчи қонун, кодекс ва меъёрий ҳужжатларига ҳам тўхталиб ўтишни жоиз деб топдик.

Ҳозирги цивилизациялашган жамиятда сўз эркинлиги қонун билан кафолатланади ва шу билан бирга тартибга солинади. Сабаби, биз ҳуқуқий, ахлоқий нормаларга ва жамоатчилик фикрига риоя қилишимиз даркор. Ҳар қандай фикрлар плюрализмида ҳам ўзимизни бузғунчи таъсирлардан

¹ <http://www.uta.fi/ethicnet>

химоялашимиз лозим. Шунинг учун журналистлар фаолиятини тартибга солувчи этик нормалар белгилаб берилган.

Финляндиялик олим Ларс Браун турли мамлакатларда қабул қилинган 59 та журналистика кодексларини мавзусига кўра таҳлил қилиб, уларда энг кўп учрайдиган принципларни ажратиб чиқади. Биринчи ўринга ҳаққоний ва аниқ ахборотни тарқатиш талабини қўяди. Унинг таъкидлашича, бундай модда таҳлил қилинган кодексларнинг 59 тасидан 53 тасида мавжуд.¹

“The Times” газетаси гарчи Англияда энг жиддий характердаги нашр саналса-да, баъзан шов-шувга берилиб фактларни талқин қилиш борасида ахлоқий меъёрларни бузган ҳолатлар ҳам учраб туради. “The Times” газетасида кундалик тезкор янгиликлар узатилгани учун турли муаммоли вазиятлар ва судда тортишувлар ҳам юз бериб туради. Уларнинг айримларида “The Times” газетаси ҳақ бўлиб чиқса, баъзиларида таҳририят ўз хатоси учун компенсация тўлашга мажбур бўлади. Шу жумладан, 2013 йилда Англия ва Уелсолий суди Чарлз Грей томонидан “Лучанский “Times Newspaper” компаниясининг “Times” газета таҳририятига қарши” ишини кўрди. Унда 2009 йилда “Times” газетасида босилган мақола муҳокама этилди. Мақолада доктор Григорий Лучанский Россиянинг йирик уюшган жиноий ташкилотининг раҳбари сифатида ёритилган ва миллиардлаб долларни “ювиш”, ядрокуролининг контрабандаси билан шуғулланишда айбланган эди.

Лучански ўзига қарши айтилган ушбу гапларни тухмат деб газета бош муҳаррири Стотхард, журналистлар – Лицерва Боунни судга берди. Судя Грей газетанинг ўзини оқлаш учун келтирган далилларини яроқсиз деб топди. Лучанскийнинг Англияга келиб-кетиши мамлакат ҳаётига ҳеч қандай ҳавф туғдирмаслигини таъкидлади. Натижада газета суд белгилаган жаримани тўлашга ва мазкур мавзуни қайта чоп этмасликка мажбур бўлди. Кўриниб турибдики, газета журналистлари Лицер ва Боун шов-шувга

¹ Бу ҳақида қаранг: www.dw-world.de электрон сайти

берилиб кетишган ва бошқа мамлакат фуқароси хусусида турли фактларни келтириб, таъисрчан мақола ёзишган. Бироқ фактларнинг аниқлиги, ҳаққонийлигини судда асослаб беришолмагани боис, газета товон пули тўлашга мажбур бўлган.

Мазкур воқеани газета фаолиятидаги ахлоқий меъёр бузилишларига мисол қилиб келтирса бўлади.

Бироқ “The Times” газетаси фаолиятида кенг қўламли фактларни тўплаш ва таҳлил қилиш маданияти акс этган мақолаларни қўплаб келтириш мумкин. Чунончи, газетанинг 2013 йил 16 октябрь сонидида босилган журналист Дэвид Браун қаламига мансуб “Меъёридан ортиқ ичиш ўрта синфнинг айби” номли мақоласининг сарлавҳасида маълум бир қатламга нисбатан ҳурматсизлик қилинган бўлиши мумкин деб ўқиб чиқасиз. Чунки мақола ўша куннинг бош мақоласи сифатида берилган ва биринчи саҳифадан ўрин олган ва сарлавҳанинг ўзи шу тўхтамга олиб келади. Аммо журналист мақолада кўпроқ статистик маълумотларга мурожаат қилган ҳолда мамлакатнинг турли ҳудудлари соғлиқни сақлаш идоралари далилларини келтирган ҳолда шундай таҳлилни юзага келтирганки, унга кўра сўнгги вақтларда спиртли ичимликларни кўп истеъмол қилиш кўпайгани бу борада ўрта ёшдаги одамлар жамоатжойларида турли тартибсизликларга сабаб бўлишаётгани очиб берилган.

Мақолада ижтимоий соғлиқни сақлаш вазири Даун Примаролонинг нутқидан иқтибослар келтирилган. “Буларнинг аксарияти ёшлар эмас, улар узоқ вақтдан бери ичкиликка ружу қўйган “доимий” ичувчилардир. Мазкур ҳолатни ўзгартириш талаб этилади”, дейди вазир мақолада. Бундан ташқари журналист мақолада ўрта ёшдаги эркеклар, аёллар, ёшлар ва бошқа аҳоли қатламларининг тадқиқотларда кўрсатилган кундалик спиртли ичимликлар ичишлари, бу рақамлар мамлакатнинг қайси ҳудудларида қандай эканлиги ҳақида қизиқарли рақамлар келтиради. Шу асосда сарлавҳада келтирилган “меъёридан ортиқ ичиш” каби сўзлари очиб берилган.

“The Times” да мактублар учун (кўпинча 54-бетда) алоҳида саҳифа ажратилган. Газетада мазкур саҳифада “Ҳафта хабарлашувининг юқори нуқтаси” рукни остида таҳририятга келган ва ўзида энг муҳим ёки можароли масалаларни кўтарган мактублар чоп этиб борилади. Кўриниб турибдики, ўқувчилари билан алоқа ўрнатишни газета ўз фаолиятдан келиб чиқиб ўзига хос тарзда йўлга қўйган. Мактублар дунёнинг ҳар хил жойларидаги муштарийлар томонидан ҳам ёзилганини ҳисобга олсак, улар бу борада муваффақият қозонган, дейиш мумкин.

Умуман олганда, бугун “The Times” газетаси яратилганига икки аср бўлганига қарамай ҳамон ўқувчилар учун ахборот олишнинг муҳим манбаларидан бири саналади. Газета фаолияти устидан ҳам бир қанча тадқиқотлар олиб борилаяпти. Унда ёритилаётган материаллар аҳоли томонидан ишонч билан қабул қилинади. Чунки эҳтиёткорона муносабат талқинида фаолият олиб борувчи мазкур нашр мақолаларда кўплаб фактлар тўплаш ва улардан таҳлил давомида моҳирона фойдаланиш тизимини яхши йўлга қўйилган. Албатта, бунда заҳматкаш журналистларнинг роли катта.

Касб этика масаласида эса улар қатъий меъёрларга амал қиладилар ва ҳатто бу борада таҳририят махсус, ички тартибига ҳам эга. Албатта, журналист касби ахлоқи газетанинг самарали фаолияти учун асосий хусусиятлардан саналади.

2.3. “The Times” газетасининг он-лайн версияси фаолияти таҳлили

XXI аср бўсағасига келиб инсоният зудлик билан ахборот олиш ва зудлик билан ахборот узатиш “дард”ига мубтало бўлди. Янада муҳим ўзига хосликлардан бири – Интернет тармоғининг интерактивлигида эди. Яъни, ахборот узатувчи ўша заҳоти узатган ахборотига жавоб олиши, шу билан ўзи ахборот олувчига айланиши мумкин эди. Табиий, бирорта анъанавий оммавий ахборот воситаси бундай имкониятга эга эмас.

Интернет журналистикасини вужудга келтирган бош омиллардан бири ҳам шу. Ва бу ҳолат ер юзидаги деярли барча интеллектуал қатлам вакиллари ҳаётида тубдан ўзгаришлар ясади.

Бу ўзгариш бор-йўғи 10-15 йил асносида юз берди. Ваҳоланки, ахборотлашган жамиятнинг мўъжизаларга ва мураккабликларга тўла барча кўриниш ва манзаралари ҳали бу билан тугамаслиги муқаррар.

Одамларга факт ва ахборотларни тўлиқ берилиши уларни ўз-ўзини ҳимоя эта олишни таъминлайди. Ундан ташқари Британия оммавий ахборот воситалари фаолиятида интерактивлик ҳам ўзига хос тарзда йўлга қўйилгани, бу эса ОАВ учун ўз аудиториясини кенгайтириш имкониятини беради¹.

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

1. Эркин янгиланиш – материал тайёр бўлишига қараб янгиланади.
2. Белгиланган даврийлик асосида янгиланиш – сайт, айтилик, кунига, ёки ҳафтада бир марта янгиланади.

¹ Дадахонов А. Замонавий хорижий ОАВ (АҚШ ва Европа журналистикаси). Маъруза матни. Тошкент. 2011, 23-б.

3. Сурункали янгиланиш – хабар ва янгиликлар келиб тушишига қараб сайтга жойлаштириб борилади. Айрим интернет-нашрларда мазкур долзарбликнинг ҳар учала шакли қўлланилишини кўриш мумкин. Масалан, сайтдаги айрим рукнлар ҳафталаб ва ойлаб ўзгаришсиз қолади, бошқа блоглар белгиланган қатъий даврийлик асосида янгиланган борилади, янгиликлар рукни эса доимий янгиланиб туради. Интернет хотиранинг чекланмаган ҳажмини таклиф этади. Янгиланиш навбатма навбат амалга ошириб борилади, эски ахборотларни эса кириб (очиб) ўқиш қулай бўлган шаклда архивлаштириб бориш мумкин. Архив тахририят умумий маҳсулотининг, исталган пайтда фойдаланиш мумкин бўлган таркибий қисмига айланиб қолади. Шу билан бирга архивларда зарур материалларни излаб топиш осон бўлиши учун уларни саналар, мавзулар ва бўлимлар бўйича қидириш тизими йўлга қўйилган¹.

ОАВ, айниқса интернет-ОАВ соҳасида “интерактивлик” тушунчаси қўлланилганда ёки техник, ёки ижтимоий ўлчамларга таянилади. Техник ўлчам деганда фойдаланувчи ва техника воситалари (инсон - компьютер) ўртасидаги, ижтимоий дейилганда эса техника ёрдамида инсонлар ўртасида (инсон – компьютер - инсон)ги ўзаро муносабат тушинилади. Журналистикага нисбатан интерактивлик қўлланилганда “инсон - инсон” занжири эмас, балки “инсон - машина” занжиридаги ўзаро муносабат тушунилади ва бу жараёнда фойдаланувчи олдида танлаш имконияти бўлади ва у ахборотларни ажратиш олиши ҳамда электрон почта e-mail ёрдамида унга муносабат билдириши, маълумотлар банки ва архивни ўрганиши, интернет сўровлар, овоз бериш жараёнлари ва рейтингларда қатнашиши, ўйинлар ва дастурларни юклаб олиши мумкин.

“The Times” газетасининг веб-сайти манзили <http://www.timesonline.co.uk> саналади. Веб-сайт доимий равишда янгиланиб туради ва газета мухлислари сайтдан газетада эътиборларини жалб этган энг

¹ www.infocom.uz Н.Қосимова, “Ўзбекистонда интернет журналистиканинг технологик асослари ва хусусиятлари”

долзарб жиддий муаммоларининг янги талқинлари билан танишиб боришлари мумкин. Интернет маълумотларига кўра, 2011 йилнинг апрель ойида онлайн версияга икки миллион етти юз минг интернет фойдаланувчиси обуна бўлган бўлган. Ҳар куни 750000 ўқувчи газета сонларини ўқиб борган. 2013 йилдан бошлаб эса рақамли версияга обуна бўлганлар 111 000 нафардан ортиқ¹.

Кўриб турганимиздек, босма шаклда бўлгани каби биз мазкур нашрнинг онлайн нашридан ҳам бир қатор ижобий томонларни ўрганишимиз мумкин. Хорижий мамлакатларни кузатганда онлайн-матбуот уларда тизими яхши йўлга қўйилгани, унга нисбатан керакли чоралар ташкиллаштирилганига гувоҳ бўлинади.²

Одатда мультимедиа мавжуд бўлган барча – матнли, суратли, аудио ва видео технологияларнинг қоришмаси сифатида қаралади. Бошқача айтганда, мультимедиа барча мавжуд техник воситаларга киритиш орқали ахборотни узатишда воситачилик қилади ва оммавий ҳамда индивидуол мулоқот ўртасидаги чегарани ўчириб ташлаши билан характерланади. ОАВ интернет тизимда ишлар экан, мультимедианинг барча имкониятларидан бирдек фойдалана олишмайди. Чунки бу нарса кутиш вақтини орттириб, маълумотларни узатиш қуввати камаяди. График материалларнинг кўплиги саҳифани очишга узоқ вақт сарфланишига олиб келади. Шу боис интернет-ОАВларда фойдаланувчига осон бўлиши учун ранглар, овозлар ва видеотасвирлардан имкон қадар тежамли фойдаланиш керак. Бундан ташқари, уларда матнлар фойдаланувчини зериктирадиган даражада узун бўлмаслиги керак. Сабаби, газета ёки журналдаги материални бўлиб-бўлиб ҳам ўқиш мумкин. Аммо фойдаланувчи маълум бир саҳифадан чиқиб кетгач, унга қайтиб яна қачон киради ва ўша кирганида чала қолган мақолани очиб ўқийдими-йўқми, ҳамма гап шунда. Фойдаланувчи маълум бир тоифа ва рукнларга обуна бўлиши ва шу йўл билан ўзига керакли ахборотлар йиғилган

¹ The Times, Wikipedia.org. may 13.2014, 16:53

² 5-иловага қаранг.

“Daily me” ўзининг газетасини тузиши мумкин. У хаттоки ахборотларнинг даврийлигини – кундалик, соат сайин, сурункали янгиланишини ҳам белгилаши мумкин. Интернет-ОАВ яратиш ва Интернетдаги фаолиятини йўлга қўйиш учун техника воситаларининг оз миқдордаги иштироки талаб этилади.

XX асрнинг охирига келиб ахборот глобаллашуви жараёнлари муқаррар тус олди, бошқачароқ таърифланадиган бўлса, ахборот оқимини жиловлашнинг иложи бўлмай қолди, натижада матбуотни цензура остида тутиб туриш имкони ёқолди. Демократик тамойиллар биринчи планга чиқиши муқаррар воқеликка айланди. Бундай тенденция нечоғли муқаррар бўлмасин, матбуот эркинлигининг ўзига хос масъулиятини белгиловчи мезонлар ҳам бўлиши зарур эди. Худди шу зарриятни адо этиш журналистнинг касб кодекслари ва ҳоказо касб одоби нормаларига, яъни ўзини-ўзи бошқаришга қаратилган ҳужжатлар зиммасига тушди. Характерли мисол тариқасида келтирадиган бўлсак, Россия Федерацияси Думаси матбуот эркинлигини чеклашга қаратилган қонун лойиҳаларини яратишга зўр бергани сайин мамлакатдаги оммавий ахборот воситалари тизимида касб кодексларини ишлаб чиқишга эътибор кучайган. Англия Парламентида мана шунга ўхшаш ҳаракатлар зўрайган паллада матбуот соҳасида ўзини-ўзи бошқариш тизимини яратиш ташаббуси эълон қилинган ва Матбуотга оид шикоятларни кўриб чиқувчи матбуот қўмитаси ташкил этилган”. Демак, секин асталик билан касбга бўлган масъулият ҳисси ёқолиб бораёпти. Бу ҳам маълум манфаатларга хизмат қилаётган бугунги кун “уруши” белгиларидан бири. Тўғри, тушунчага изоҳ киритиб ўтишимиз лозим. Ахборот ташувчининг манфаатли ҳаракати билан тикувчи ёки ҳайдовчи манфаати бироз фарқланади. Тикувчининг обрў қозонишида унинг иши сифати муҳимдир, чоклари текис, ўлчамлари аниқ бўлса бу унинг ютуғидир. Ҳайдовчи эса бир маромда йўл қоидаларига риоя қилиб машинани бошқарса, йўловчининг эътиборига сазовор бўлаолади. Журналистларда эса сифатли ва жалб этарли сўзлари бир-бирига бироз халақит беради. Тўғри, маълумотни

етказишда тўғри маълумот барчани бирдек қизиқтиради, бироқ инсон психологиясида ахборот олишга нисбатан аниқ, яъни ҳалокат, шоу-шув ва жинсий алоқа каби тушунчаларга қизиқиш кучлилиги аниқ исботланган ва шунга кўра журналист мавзусини мана шу тушунчалар билан кўпроқ боғлайди. Улардан биринчи ва учинчиси аниқ тушунча, воқеликни ифодалайди. Шов-шувга келсак, бугун ҳар қандай ахборот таркибий қисмига айланган. Мана шу ҳолат ноҳолисликни вужудга келтиради. Биз назарий фикрларимизни икки асрдан ортиқ фаолият юритиб келаётган ривожланган давлатлардан бири Англиянинг “The Times” газетасининг он-лайн версияси материаллари мисолида кенгроқ ёритсак. Руперд Мердок бундан XX асрнинг янги имконияти сифатида “The Times” ҳамда “The Sunday Times” газеталарининг электрон версияларини интернет тармоғига жойлаштирди. Нашрнинг ҳафталик аъзолиги 3 долларни ташкил этарди. Ҳар сонининг нусха олиш автоматик равишда интернетга пул тўлаш орқали амалга оширилади. Корпорация электрон нашрдан фойдаланувчиларнинг сони биринчи йилнинг ўзида 800 000 дан ортиқ бўлганини кузатган. “Ҳозирда Европа мамлакатларидаги он-лайн матбуот билан доимий алоқада бўлган кузатувчилардан бу ҳақда сўралганда, албатта, улар энг ишончли ва бошланғич электрон манбалар, шубҳасиз, бу “The Times”, “The Sunday Times” газеталари эди, деб жавоб беришади. Статистик маълумотларга кўра, бугун пуллик онлайн-нашрлар 105 минг фойдаланувчига, 100 мингтаси эса босма газеталарни ҳарид қилишлари кузатилади. Бироқ вақт ўтиб, “The Times” онлайн нашри сайти ўзининг алоқасини монетизация қилгандан сўнг 4 миллионга яқин фойдаланувчисини йўқотди”¹.

Албатта, ҳар ишда камчилик бўлмай иложи йўқ. Бугун нашр яна ўз номини тиклаб олди. www.thetimes.co.uk сайти газетанинг электрон версияси ҳисобланади. Нашрнинг қулайлиги унинг бошқа тилларда ҳам таржима қилган ҳолда ўқий олишдир. Масалан, www.yandex.ru қидирув

¹<http://www.nestor.minsk.by/kg/2010/44/kg04419.html>

тизими орқали саҳифани рус тилига таржима қилган ҳолда ҳам танишиб чиқиш мумкин. Бу қулайлик ҳам ўқувчилар манфаати ва ахборотга бўлган эҳтиёжини қондириш мақсадида жорий этилгани шубҳасиз.

Тўғри, интернетнинг автоматик таржимасида бироз камчимликлар, огфографик, пунктацион ва айрим услубий хатоликлар мавжуд бўлади. Бирок нима бўлганда ҳам у инглиз тилини билмайдиганлар учун жуда қулай восита саналади. Мазмунига тушуниш энг муҳим жиҳатдир. Газета фаолиятида биз кенг тўхталаётган ахлоқий масалалар ҳам катта ўрин тутди. Онлайн-нашрнинг материалларни беришда ахлоқий масалаларга эътибори ва унинг ўзига хосликлари хусусида қуйидаги умум тушунчаларни билдириб ўтиш мумкин: Фотосуратларнинг берилишига эътибор қаратадиган бўлсак, унинг ютуқлари, улардаги андишасизлик ва очиқликда дея эътироф этиш мумкин. Онлайн-нашр, хусусан, “The Times” электрон версияси суратларга жуда катта эътибор қаратади. Ҳар икки-уч соат ичида бош сарлавҳаларнинг суратлари ўзгартирилиб турилиши бунинг ёрқин далилидир. Қолаверса, фойдаланувчи суратнинг ўзидан ушбу материал нима ҳақида ёзилганини билиб олиш имкониятига эга. Шу сабабли фотосуратлар мақоланинг асосий қисмидир, деб таърифланади ва уларга катта ҳажмдаги жой ажратилади. Қолаверса, интернет тизми ушбу фотолавҳани видеолавҳа ёки ролик, слайд тарзида ҳам саҳифасига жойлаштириши мумкин. Бу рекламага нисбатан кенг қўлланиладиган усулдир. Бу эътиборни жалб қилишга жуда катта ёрдам беради. Чунки нима қилганда ҳам тан олишимиз керакки, тасвир бизни бирламчи қизиқувчи нарсамиздир. Сурат, ҳаракатли ҳолатлар жуда яхши, лекин у нимани кўрсатапти, ахлоқий жиҳати шунда кўринади, юқоридаги санаб ўтганларимиз, шунчаки технологик имкониятлардан эди, холос. Афсуски, бугун кийиниш маданияти, йигит ва қиз тасвирига нисбатан жуда уқувсизлик, беҳаёлик нафақат суратда, балки ҳаётимизда ҳам салбий кузатувлар кўпайиб кетмоқда. Тўғри, бу ғарб мамлакатлари учун оддий ҳолатдир, бироқ газета билан танишган кишилар биринчи навбатда унинг

суратига назар ташлайдилар. Психологлар ундаги ёзувлар умуман қизиқтирмаса ҳам суратини ўта қизиқиш билан томоша қилувчи кишилар кўпчиликини ташкил этиши, бунда айниқса, болаларнинг иштироки кўплигини алоҳида қайд этадилар. Англиянинг номдор газетаси электрон версияси “ёдимда, ўшанда” номли руқн остида “Бугун нинг энг қизиқ лавҳаларидан” деб номланган материал эълон қилинади. Унда эркак ва аёлнинг бепарда иши тасвирланган. Бу каби суратлар газетанинг ҳар сониди берилади. Умуман, жинсий муносабатлар масаласи Европа мамлакатлари учун одатий мавзуларга айланган. Чунки уларда биз каби андиша, ҳаё каби кадрли тушунчалар анча қолиб бормоқда. Балки таҳлилимиз хорижликларга ёқмас, бироқ бу жумлаларимизни улар фарзандларига нисбатан ҳам ўйлаб кўрсалар бўлади. Суратлар бериш масаласида яна айрим қонли тасвирларнинг берилиши ҳам кўп кузатилади, хусусан, Украина давлати билан боғлиқ материалларда. бирон жасаднинг сурати берилиши ўқувчини жалб этади, бироқ унда бу ҳолатга нисбатан аввало, жирканиш, нафрат ва кейинчалик ўрганиш хусусиятини шакллантиради.

Мафкуравий таҳдид. Нима учундир газетанинг он - лайн саҳифасида ислом олами вакиллариининг фақат салбий ҳолатлар билан боғлиқ воқеликлари акс этади. Бу балки фақатгина бизнинг нуқтаи назаримиздир. Бироқ газетанинг 2012 йил 23 май сониди ҳам мусулмон олами вакиласи Сафия Аҳмаднинг ўз яқинларини ўлими билан боғлиқ ҳодисаларни битгани ёзилади. Балки бу каби мақолалар Англия фуқароларига жуда қизиқдир, Бироқ юқоридаги каби ҳодисалар мамлакатнинг ўзида ҳам қалашиб ётибди. “Ўзиники эмас, бировники ширин” қабилидир бу яна. Бу фикрга келишимизда Англия фуқаролари ҳаёти фаровон турмуш тарзини ифодаляётгандек, бошқа давлатларда эса нотинчлик кузатиляётгандек, талқин қилиниш сингдирилади. Шу сабабли ҳам ахлоқий меъёрларга риоя қилмаслик ҳолатининг бу бандини биз мафкуравий таҳдид деб номладик. Ана шундай материаллардан яна бири бу [//www.businesspress.ru](http://www.businesspress.ru) Сайти эълон қилган “The Times” Елцинга қайчини суқди” номли мақоласидир.

Асли www.gazeta.ru муаллифлигида қайд этилган мазкур материал сиёсий оламда жуда шов-шувли ҳолатни кўрсатди. Унда таъкидланишича, Борис Елцин ўзини ўлдириш учун ўзига қайчини суккан. Бу ҳақда Елциннинг аввалги издошлари томонидан ёзилган “Эпоха Елцина. Очерк и политической истории” китобида маълумот келтирилади. “The Times” газетаси ушбу китоб ушбу ойда дўконларнинг пештахталарига чиқишини маълум қилган. “Эпоха Елцина. Очерк и политической истории” китоби Россиянинг биринчи президенти яқин шогирдлари томонидан тузилганини “The Times” маълум қилади. Яна манбада таъкидланишича, кафолатланган бестселлерга Юрий Батурин, Александр Лившиц, Георгий Саттаров, Вячеслав Коциков ва Людмила Пихоялар имзоларини қўйишган. Қизиғи, улар Елциннинг олдида ўн йил спичрайтер вазифасини бажарганлар. Газетанинг ёзишича, китобда Елцин “ичкиликка ружу қўйганди”. Ўша пайтларда, яъни 1993 йил армиянинг октябрь йиғини унга тарафкашлик қилган ва уни тақдирлаган. Бундан ташқари китоб муаллифлари Елциннинг сабрли ва қаноатли бўлганини алоҳида таъкидлаб ўтадилар. “The Times” китобда ёзилганларидан яна шуни қайд этадики, 1991 йил компартиянинг юқори бошқарувчилари марказий қўмитани эски майдондан (марказий йўлдан) эмас, махфий ўтиш йўлидан ўтганлар. Елцинни қутқаришда коммунистлар қўрқувдан қутула олмасдилар. Хуллас, мазкур материалда гўё давлатга қарши мафкуравий, ғоявий кураш олиб бориш йўлини танлагандек туюлади. Интернетнинг ОАВ сифатидаги хусусияти жуда тезкор узатиши, маълумотга жуда бойлиги ва чегара билмаслигидир. Шундай экан, веб-журналистикада маълумотнинг муаллифлик ҳуқуқини ҳимоя қилиш ҳам муҳим аҳамият касб этади. Бу масала айниқса интернетда жуда муаммоли, чунки уни бошқариш мумкин эмас. Шунинг учун муаллифлик ҳуқуқи бузилишининг ҳамма кўринишларини интернетда кузатиш мумкин, яъни: муаллифнинг розилигисиз интернетда материални чоп қилиш, фойдаланилган маълумотларнинг манбаларини кўрсатмаслик, плагиат ва бошқалар. Бу ҳам ўрганилиши керак бўлган муҳим масалалардандир.

Мульти-медиа материаллар эълон қилиш қуйидаги тартибда амалга оширилади. Мульти-медиа материаллар веб-сайтнинг шаклланишига ва дизайнига жуда қўл келади, шу билан бирга фойдаланувчиларнинг ҳам эътиборини тез жалб қилади. Буни сайтда жойлаштиришдан олдин аудиторияни ўрганиб чиқиб ва уларга мосланган дизайнни амалга ошириш керак. Чунки, ҳар хил тоифадаги одамларнинг ёндашуви ҳар хил бўлади. Шунингдек, жойлаштирилган рекламанинг самаралиги сервернинг тематикасига ҳам боғлиқ, ўқув курслари ёшлар учун сайтда, кулинария воситалари аёллар учун тузилган сайтда қўйилгани маъқул.

Умуман олганда, бугун “The Times” газетасининг он-лайн версияси ўз олдига қўйган барча мақсадларига эриша олган. Улардан бири ўз аудиториясини ташкиллаштириш бўлса, у бунинг уддасидан тўлиқ чиққан. Бироқ нима учундир ҳар бир мамлакатлар шарқ давлатларига назар ташлашда уларга нисбатан бироз кескинроқ, салбий хусусиятларни ифодаловчи материалларни кўпроқ эълон қилишлари кузатилади. Қолеверса, Ғарб маданиятига шарқ одоби унчалик мос эмас. Бу нашрларнинг фотолавҳаларида акс этади. Бу он-лайн нашрларнинг ахлоқий меъёрларга риоя қилмаслиги сифатида баҳолана олади. Сабаби он-лайн нашр фақат ўз минтақаси вакили учун хизмат қилишга ташкиллаштирилмаган. Қолаверса, бугун ахборотнинг асли билан танишишда болаларнинг ҳам ушбу нашрларга мурожаати кўплиги кузатилади. Ана шу нуқтаи назардан ҳам нашрлар тасвирларига бироз масъулият билан эътибор қаратсалар мақсадга мувофиқ бўлар эди. Энг катта муаммолардан бири “The Times” маълумотларни беришда ўз позициясига эга. Бироқ унга кўра у ўз мамлакати ҳақида салбий маънони ифодаладиган материаллардан кўра бошқа давлатларнинг сиёсий тизими ҳақида ҳам тартибсиз ҳолатларни баён этишга ихтисослашгандай. Тўғри, маълумотларни битишда у маълум манбадан олингандек кўрсатади, яъни гўё унинг ўзи муаллиф эмас, жавобгар ҳам эмас. Бироқ берилаётган материалларнинг аксаридида бузғунчиликка бироз бўлса-да дахлдорлари мавжудлиги тадқиқот давомида кузатилди. Нима бўлганда ҳам, биз

газетанинг он-лайн версияси ютуқлари талайгина ва у эҳтиёткорона, ўзини айбсиз тута олишдек маҳоратга эга нашр сифатида фаолият юритади, деган хулосага келоламиз. Ҳоҳ у анъанавий матбуот бўлсин, ҳоҳ он-лайн нашр бундан қатъи назар яқуний хулоса сифатида шуни айтиш мумкинки, журналистлар ижодида касбий этика муҳим ўрин тутди. У журналистни мураккаб меҳнат жараёнларида, муаммоли ҳолатларда дадил ва тўғри қарорлар қабул қилишга ва энг муҳими, ҳар қандай вазиятда ўз касбий бурчига содиқ қолишга ўргатади.

ХУЛОСА

Ҳозирги вақтда тўртинчи ҳокимият сари интилаётган миллий журналистикамизда бу юксак поғонани забт этиш учун кўп жиҳатдан етарли имкониятлар мавжуд. Чунончи, журналистиканинг асосий қуроли бўлган сўзнинг чексиз куч-қудратини ҳеч ким инкор эта олмайди, бироқ бу қудратни нимага ва қайси усулда сарф этиш ҳозирги замон журналистлари ўзининг жамият ва касблари олдидаги вазифа ҳамда бурчларини қанчалик чуқур тушунишлари, ҳаракат қилишларига боғлиқ. Бу тушуниш эса уларда ўз-ўзидан пайдо бўлиб қолмайди. Ушбу тушунчаларни улар онгига сингишидаги энг биринчи омил – журналистика назарияси ва унга бевосита боғлиқ бўлган фанлардир.

Шу асосда биз мазкур тадқиқотимизда жаҳоннинг ривожланган давлатларидан бўлган Буюк Британия мамлакатининг кўзга кўринган “The Times” нашри фаолиятига тўхталдик. Унинг яралиш тарихидан тортиб бугунги кундаги фаолияти доирасида ўргандик. Тадқиқот давомида бир қанча хулосаларга келиш билан бирга айнан ўзбек матбуоти учун зарур бўлган омилларни ҳам қайд этиб бордик. Тезкорлик– бу омилни биринчи ўринга қўйишимиз ҳеч кимга сир эмас. Айнан шу хусусиятни ўзбек матбуотида бироз бўлсада кучайтириш назаримизда нур устига аъло нур бўлар эди.

Ўзбекистон ахборот бозорида бугунги кунда муҳим ва қизиқарли жараёнлар кечмоқда. Ахборотни товар сифатида, информацион маконни эса катта салоҳиятга эга бозор сифатида қарайдиган одамлар кўпайиб бормоқда. Ахборот бозорини бўлиб олиш, ундаги бўшлиқларни тўлдириш учун жидидй кураш кетмоқда. Бу эса нафақат бозордаги муҳитни, балки ундаги ОАВнинг ҳам ўзига хос хусусияти, шаклланиш тамойиллари ва ривожланиш босқичларини белгилаб бермоқда. Ўзбекистонда ахборот бозори ўзига хос йўлдан баъзи йўналишларда катта жадаллик билан, баъзи йўналишларда пастроқ суратларда ривожланиб келмоқда. Бугунги кунга келиб, маълум йўналишларда муайян етакчилар ўзининг мустаҳкам ўрнини эгаллаб олган

бўлса, муайян йўналишларда ҳалигача бўшлиқ сақланиб қолмоқда. Ана шу бўшлиқни тўлдириш биз ёш журналистлар зиммасида эканлигини унутмаслигимиз лозим.

Англия журналистикасида ўзининг мавқеини қарийб 229 йилдан буён сақлаб келаётган, ҳар қандай қарама-қарши муносабатларга ҳам чидам билан фаолият олиб борган, юзлаб қаламкашларнинг ижод ойнаси, қалб туйғусини ифодаловчи маскан сифатида хизмат қилган ва энг муҳими, миллионлаб, ҳатто миллиардлаб кишиларнинг ахборот маконига айланган “The times” газетаси ва унинг онлайн нашри фаолиятини ўрганиш ҳам қизиқ, ҳам масъулиятли.

“The Times” газетаси фаолияти таҳлилига асосланган мазкур битирув малакавий ишимизни қуйидаги хулосалар билан якунламоқчимиз. Бироқ иш жуда катта ва бугунги куннинг долзарб мавзуси эканини ва бу мавзу юзасидан йирик тадқиқотлар устида ҳам изланиш олиб бориш лозимлигини ҳам таъкидлаш зарур.

Демак, ушбу тадқиқотларимиз натижасида чиқарган умумлашма хулосаларимиз қуйидагилар:

Биринчидан, “The Times” газетаси кундалик нашри Англиянинг энг нуфузли халқаро характердаги нашрларидан бири. У узоқ йиллик тарихга эга ва бугунги кунда тарихий тажрибаларидан келиб чиққан ҳолда миллий ва халқаро майдонда ўз ўрнига эга бўлиб улгурган.

Иккинчидан, “The Times” нашри ҳам типологик жиҳатдан жиддий, яъни “сифатли” матбуот нашрлари сирасига киради ҳамда ўз ўқувчилари онгида айнан шундай нашр имиджини шакллантира олган газетадир.

Учинчидан, ушбу нашр фаолиятида бир қатор муҳим ўрин тутадиган ривожланиш тенденциялари мавжуд бўлиб, улар қаторида журналистларнинг ижодий қобилиятидан келиб чиқиб ишга олиниши, ҳар бир ходимни таҳририят томонидан ҳуқуқий ҳимояланиши ва шунинг баробарида

журналист ҳамда репортёрларнинг янгилик тайёрлаш, уларни шарҳлаш ишларига ўзгача масъулият билан ёндашишларини талаб этиши тахририят фаолияти самарадорлиги учун муҳимдир.

Тўртинчидан, газета тараққиётига туртки бўлган энг муҳим тамойиллардан яна бири бу нашрнинг интернет муҳити ва замон талабларига осон мослашганлигидир. Дунё миқёсида ахборот технологиялари глобаллашган даврда анъанавий газеталарнинг сотиб олиниши кескин камайиб бормокда. Бу нарса ушбу газета фаолиятида ҳам кузатилади.

Бешинчидан, нашр тахририяти ўз журналистлари фаолиятида Англия ҳукуматининг нуқтаи назарини акс эттириши кераклигига алоҳида эътибор қаратишади. Бу борада уларни турли хорижий тахририятларда ҳам малака ошириб қайтишларига ёхуд турли мамлакатларда журналистлар билан ҳамкорлик қилиш орқали янгича ахборот узатиш усуллариини ўрганишга интилишади. дарслари ташкил этишади.

Олтинчидан, “The Times” кундалик газетаси фаолиятида холислик, ҳаққонийлик, адолатлилик асосий тамойиллар қилиб белгиланган. Англиянинг бошқа бир қатор газеталаридан фарқли равишда маҳаллий ахборот билан бир қаторда хориж янгиликларини кўпроқ бериб боради. Айрим ҳолларда бошқа мамлакатлардаги воқеаларни таҳлил этишда кескин фикрлар билдириб юборишини ҳам кузатамиз. Буларнинг барча мазкур нашрнинг халқаро майдонда ўз обрўси, таъсир кучи ва ўз овозига эга бўлгани билан изоҳланади.

Еттинчидан, газетада муаллифлар сони кўп ва яна ўнлаб фрилансер журналистлар билан доимий ҳамкорлик бор. Чунки халқаро майдонда ўз ижодини намоён этишни истаган машҳур ва тажрибали журналистлар мазкур нашр тахририяти билан ҳамкорлик қилишни орзу қилишади.

Саккизинчидан, “The Times” газетаси саҳифаларида чоп этилган материаллар тематик жиҳатдан ранг-баранг бўлиб, бу кундалик нашр характеридан келиб чиққан. Бошқа томондан нашрни янада қизиқарли бўлишини таъминлаган. Бундан келиб чиқиб айтиш мумкинки, газета

тахририяти томонидан журналистлар қаламга олиши мумкин бўлган мавзулар чегараланмайди.

Тўққизинчидан, “The Times” газетасининг онлайн версияси ўз олдига қўйган барча мақсадларига эриша олган. Улардан бири ўз аудиториясини ташкиллаштириш бўлса, у бунинг уддасидан тўлиқ чиққан. Қолаверса, бугун ахборотнинг асли билан танишишда болаларнинг ҳам ушбу нашрларга мурожаати кўплиги кузатилади. Ана шу нуқтаи назардан ҳам нашрлар тасвирларига бироз масъулият билан эътибор қаратсалар мақсадга мувофиқ бўлар эди. Энг катта муаммолардан бири “The times” маълумотларни беришда ўз позициясига эга. Бироқ унга кўра у ўз мамлакати ҳақида салбий маънони ифодаладиган материаллардан кўра бошқа давлатларнинг сиёсий тизими ҳақида ҳам тартибсиз ҳолатларни баён этишга ихтисослашгандай. Тўғри, маълумотларни битишда у маълум манбадан олингандек кўрсатади, яъни гўё унинг ўзи муаллифмас, жавобгар ҳам эмас. Бироқ берилаётган материалларнинг аксари да бузғунчиликка бироз бўлса-да дахлдорлари мавжудлиги тадқиқот давомида кузатилди. нима бўлганда ҳам, биз газетанинг онлайн версияси ютуқлари талайгина ва у эҳтиёткорона, ўзини айбсиз тута олишдек маҳоратга эга нашр сифатида фаолият юритади, деган хулосага кела оламиз;

Битирув малакавий ишимиз мавзусини тадқиқ қилиш асосида миллий матбуотимиз тараққиёти учун муҳим бўлган қуйидаги тавсия ва таклифларни илгари сурмоқчимиз:

1. Ҳар қандай таҳририят сиёсати давлат сиёсати, давлатнинг жойлашув ўрни ва аҳолининг миллий менталитети, миллатнинг ўзига хос характерида келиб чиқиши зарур.

2. Миллий газеталаримиз ўз таркибий тузилишини қайта кўриб чиқиши, кам саҳифалик ва бир хил услубдаги мақолалардан воз кечиши керак.

3. Ҳар бир таҳририят ўз ходимларини вақти-вақти билан бошқа таҳририятларга, имкони бўлса, хорижий давлатларга малака оширишга юбориб туриши зарур.

4. Газеталар турли тажрибали мухбирлар, хорижлик фрилансер журналистлар билан ҳам алоқа ўрнатиб, уларнинг ижод усулларини ўрганиб боришса, фойдадан холи бўлмайди.

5. Бугун интерактивлик нашр учун жуда катта имкониятдир. Жамоатчилик билан алоқаларни йўлга қўйиш эса муҳим масалалардандир.

6. Ахборот жамияти шароитида ҳар қандай нашр замон талабларига осон мослашиши керак. Демак, ҳозир барча нашрлар ўз онлайн версияларига эга бўлиши ва уларни ҳеч бўлмаганда кунига бир-икки марта янгилаб туриши керак.

Умуман олганда, хорижий мамлакатлар матбуотини ўрганиш тажрибаси бизга фойдали ахборот тарқатиш усуллари, нашр фаолиятини тўғри йўлга солиш, ахборот тарқатишда самарадорликка эришиш йўллари бўйича фойдали йўл-йўриқлар беради. Биз бу ҳолатни Англиянинг “The Times” кундалик ижтимоий-сиёсий нашри фаолияти мисолида ўрганишга ҳаракат қилдик. Бироқ ривожланган хорижий давлатларда бундай халқаро мақомга эга нуфузли нашрлар кўплаб учрайди. Демак, биз мазкур мавзу яна ўз тадқиқотчиларини кутаётганини алоҳида таъкидлаймиз.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

I. Ўзбекистон Республикаси Қонунлари

1. Ўзбекистон Республикаси Конституцияси. – Т.: “Ўзбекистон”. 2001;
2. Оммавий ахборот воситалари тўғрисида. ЎзР Қонуни. Тўртинчи ҳоқимият. Ўзбекистон Республикаси қонунлари, қарорлари ва бошқа ҳужжатлари тўплами. –Т.: “Ўзбекистон”, 1998 й.
3. Ўзбекистон Республикасининг “Оммавий ахборот воситалари тўғрисида” ги Қонуни. Янги таҳрирда. 2007 й.

II. Ўзбекистон Республикаси Президенти И.А.Каримов асарлари

1. Каримов И. Ўзбекистон: миллий мустақиллик, иқтисод, сиёсат, мафкура. 1 -ж. –Т.: Ўзбекистон. – 1996.
2. Каримов И. Ўзбекистон буюк келажак сари. – Т.: Ўзбекистон. – 1998.
3. Каримов И. Юксак маънавият – енгилмас куч. – Т.: Маънавият – 2008.
4. Ўзбекистон Республикаси Президентининг матбуот ва оммавий ахборот воситалари ходимларига табриги. “Халқ сўзи”, 2008 йил 28 июнь.

III. Сохага доир адабиётлар:

1. Аврамов Д.С. Основы творческой деятельности журналиста. — М.: Аспект Пресс. — 2000.
2. Бухарцев Р. Вопросы профессиональной этики журналиста. (В помощь изучающим спецкурс). – Свердловск. – 1971.
3. Ворошилов В.В. Журналистика. (Учеб.) Санкт-Петербург. – Изд-во Михайлова В.А. – 1999.
4. Ворошилов В.В. Право и этика в журналистике.
5. Горохов В.М. Основы журналистского мастерства. – М.: Высшая школа. – 1989.

6. Дўстмуҳаммад Х. Оммавий ахборот воситаларини ривожлантиришнинг демократик андозалари. – Т.: Ўзбекистон. – 2005.
7. Дадахонов А. Замонавий хорижий ОАВ (АҚШ ва Европа журналистикаси). Маъруза матни. Тошкент. 2011.
8. Журналистлар ҳуқуқий саводхонлиги муаммолари. Оммавий ахборот воситалари ва ҳуқуқ. (Халқаро семинар-машғулот материаллари. 2002–2003 йиллар). – Т.: 2003.
9. Власть, зеркало или служанка? – Энциклопедия жизни современной Российской журналистики. – В 2-х томах. Союз Журналистов России. – 1998
10. История мировой журналистики. Изд-е третье, допол. И исправ. – М.:– Ростов-на-Дону. – 2004.
11. Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста. М.: Аспект Пресс. – МГУ, 2000.
12. Муминова Ф. История мировой журналистики. – Т.: Университет. – 2004.
13. Мухаммад ал-Бухари. Принципы международной журналистики и международный обмен информацией. – Т.: ТГИВ. – 2000.
14. Мўминов Ф. Журналистика самарадорлиги фани бўйича маърузалар тўплами. – Т.: Университет. – 1994.
15. Оммавий ахборот воситалари типологияси. Маърузалар матни. Тўпловчи М.Худойкулов. – Т.: 2000.
16. Оммавий ахборот воситаларини эркинлаштириш – жамиятни демократлаштиришнинг энг муҳим омили. // (Республика конференцияси материаллари)– Т.: Истиқлол. – 2006.
17. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. — М.: РИП-холдинг. — 2000.
18. Рашидова Д. Информационные технологии и интерактивная интернет журналистика. – Т.: Университет. – 2003.

19. Рэндалл Д. Универсальный журналист. – Алматы. Центральноазиатская Школа Молодых Журналистов. – 1996.
20. Сиберт С. Фред, Шрамм У., Питерсон Т. Четыре теории прессы. – М.: Вагриус. – 1998.
21. Теплюк В.М. Свобода и ответственность в деятельности журналиста. Изд-во Дальневосточного университета. – Владивосток, 1985.
22. Энг содиқ дўст, энг зарур хамроҳ//«Оммавий ахборот воситаларида демократик жараёнларни чуқурлаштириш, ҳаётга танқидий-таҳлилий қарашни кучайтириш» мавзuidaги семинар-кенгаш материаллари. 1998 йил, март. – Т.: Ўзбекистон. – 1998.

V. Хорижий тиллардаги адабиётлар:

1. Willings Press Guide 2002/ Volume 1. 128th edition. Waymaker Ltd.UK. 2009 Willings Press Guide 2009. Volume 1. 128th edition. Waymaker Ltd.UK. 2009.
2. H. J. Gans Deciding What's News. London. Constable. 1980.
3. S. Brian, G.Kennedy, SD. Moen, D. Ranly. News Reporting and Writing. 7th Edition, Columbia. University of Missouri. 2002.
4. W.A.Hatchen, J.E.Scotton, The world news prism, Iowa State Press, 2002.
5. Vivial, John. "The Media of Mass Communacation" – 5th ed. Winona State University, 1999.
6. Stephens, Mitchell. Broadcasting News. 3 ed. Fort Worth, Harcourt Brace Jovanovich, 1993.
7. Collins S. Crazy Like a Fox. The Inside Sory of how Fox News Beat CNN. Portfolio (USA), 2004.
8. Serrin, William, ed. The Business of journalism: Ten Leading Reporters and Editors on the Perils and Pitfalls of the Press. New Press, 2000
9. Mencher M., News Reporting and Writing. 5th Edition, Columbia. University of Missouri. 2000.

VI. Электрон сайтлар

1. <http://www.timesonline.co.uk>
2. <http://pressa-online.com>
3. www.yandex.ru
4. www.yahoo.com
5. <http://www.businesspress.ru>
6. www.gazeta.ru
7. <http://www.neumeka.ru/>
8. <http://www.nestor.minsk.by>

* Шунингдек, тадқиқот жараёнида “The Times” газетасида нашр қилинган бир қатор мақолалар ҳам таҳлил қилинди. Бу таҳлиллардан тадқиқот давомида фойдаланилди.

1785-йилдан буён “The Times” газетасига эгалик қилиб келган медиа
магнатлар



1785 - 1803 – John Walter;



1803 - 1847 – John Walter, 2nd;



1847 - 1894 – John Walter, 3rd;



1894 - 1908 – Arthur Fraser Walter;



1908 - 1922 – Lord Northcliffe;



1922 - 1966 – Astor family;



1966 - 1981 – Roy Thomson;



1981 йилдан ҳозирги кунгача – News UK (собиқ News International, ҳақиқий эгаси News Corp, бошқарувчиси Rupert Murdoch).

**Бугунги кунгача газетада фаолият юритган ва таҳририят ишини
бошқарган бош муҳаррирлар**

John Walter	1785 - 1803		1803 – 1812
John Stoddart			1812 – 1816
Thomas Barnes			1817 – 1841
John Delane			1841 – 1877
Thomas Chenery			1877 – 1884
George Earle Buckle			1884 – 1912
George Geoffrey Dawson			1912 – 1919
George Sydney Freeman			1919 (икки ой муҳаррирлик қилган)
Henry Wickham Steed			1919 – 1922
George Geoffrey Dawson			1923 – 1941
Robert McGowan Barrington-Ward			1941 – 1948
William Francis Casey			1948 – 1952
William Haley			1952 -1966
William Rees-Mogg			1967 – 1981
Harold Evans			1981 – 1982
Charles Douglas-Home			1982 – 1985
Charles Wilson			1985 – 1990

Simon Jenkins	1990 – 1992
Peter Stothard	1992 – 2002
Robert Thomson	2002 – 2007
James Harding	2007 – 2012
John Witherow (бугунги кундаги бош муҳаррири)	2013 й. ҳ.в.

the times newspaper online - x The Times Newspaper Archiv... Timesonline.com: News, spo... Times Online x The Times News x Home - Breaking SA and Wor... x

www.times.co.nz

CONTACT DIGITAL PUBLICATIONS

Times ONLINE

Home News Sports Entertainment Lifestyle Opinion Competitions Photos Classifieds Directory

Special birthday for villa
From the hustle and bustle of family farm life to the intimacy and contemplation of the bereaved, a gracious colonial villa has seen it all and this weekend its history ...

LATEST NEWS

- Williamson resigns as Minister
- Conservation leader
- Toy sparks armed cop response
- Skill delivers prizes
- Keen to serve people
- Wars can deliver peaceful future
- Toy sparks armed cop response
- Pleasing turnout
- A century since WWI
- TV chef is star attraction

CLASSIFIED ADS

Employment (55)	Professionals (33)
Real Estate (41)	Trades & Services (441)
General Classified (28)	Public Notices (26)
For Sale (22)	

[Send us your Ads](#)

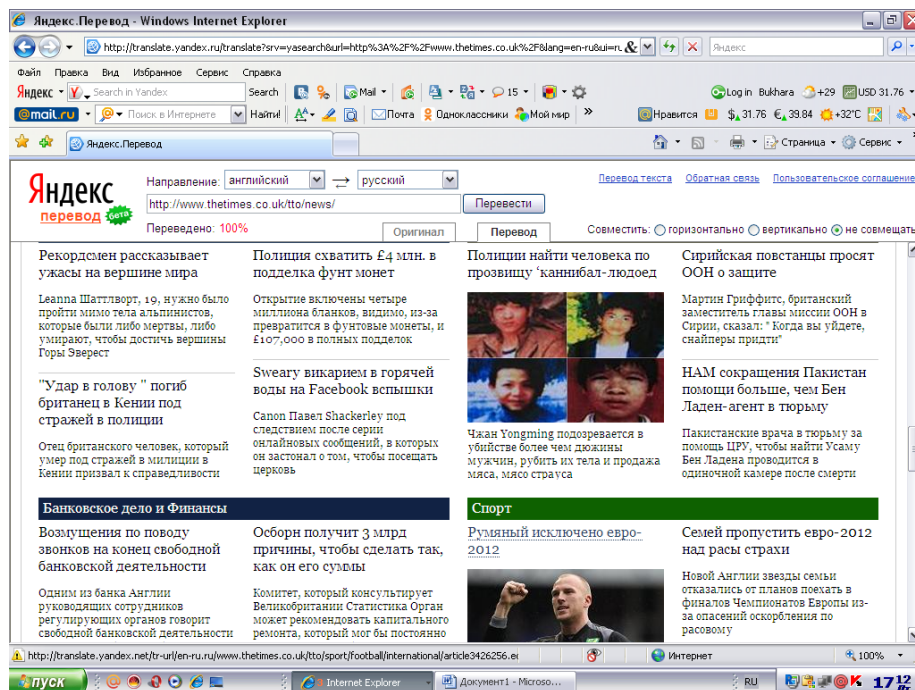
WIN HOYTS CINEMAS complimentary GUEST PASS

Win! A double pass to Hoyts Cinemas

LATEST PHOTOS

MOST POPULAR

Пуск Times Online - Google... Times newspaper - Micro... Конфигурация звуково... EZ-Connection EN 16:44



Яндекс.Перевод - Windows Internet Explorer

http://translate.yandex.ru/translate?srv=yasearch&url=http%3A%2F%2Fwww.thetimes.co.uk%2F&lang=en-ru&ui=ru

Файл Правка Вид Избранное Сервис Справка

Яндекс Search in Yandex Search

Log in Tashkent +21 USD 31.76

Нравится \$ 31.76 € 39.84 +20°C

Яндекс.Перевод

Направление: английский → русский

http://www.thetimes.co.uk/tto/news/ Перевести

Переведено: 100%

Оригинал Перевод

Совместить: ☐ горизонтально ☐ вертикально ☒ не совмещать

ВРЕМЕНА THE SUNDAY TIMES РАЗ+

Связаться с нами Войдите в систему Поиск

THE TIMES

Cities fit for cycling Support our campaign

News Opinion Business Money Sport Life Arts Puzzles Papers

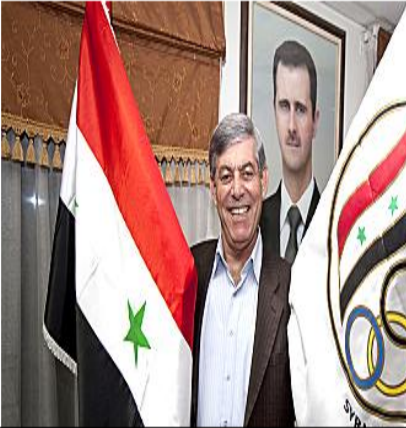
Суббота, 26 Мая

Я приду к Олимпиаде, говорит,

Сюзи Джаггер в Дамаске и Roger Boyes, Редактор Дипломатического

Опубликован в 12:02, 26 Мая 2012 года,

Сирийский генерал недалеко от зверского режима Асада рассказал The Times, что он определяется на участие в Лондонской Олимпиаде. Выступая в Дамаске, генеральный Mofwaq Joumaa сделал страстный обороны



COMMITTEE

LATEST

Select the links below to read our latest top stories:

Пропавший мальчик обвиняемый

Перемещения после признания в убийстве Etan Patz 33 года назад

"Евровидение" угроза репрессий

Активисты по правам человека в Азербайджане опасаются мести после шоу

Евро-кризис Меркель masterplan

Возродить Грецию, как Восточная

London 2012 Olympic torch relay

Продолжая использовать этот сайт, вы соглашаетесь с нашими [конфиденциальность](#) и [использование cookies](#).

"Принимать Cookies"

http://www.thesundaytimes.co.uk/sto

Интернет 100%

ПУСК

Документ1 - Microso...

Яндекс.Перевод - ...

RU

07:41

