

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ
МАДАНИЯТ ВА СПОРТ ИШЛАРИ ВАЗИРЛИГИ

ЎЗБЕКИСТОН ДАВЛАТ САНЪАТ ВА МАДАНИЯТ ИНСТИТУТИ

КИНО, ТЕЛЕВИДЕНИЯ ВА РАДИО САНЪАТИ ФАКУЛЬТЕТИ

“Санъатшунослик ва маданиятшунослик” кафедраси

ИНТЕРНЕТ ЖУРНАЛИСТИКАСИДА САНЪАТ МАВЗУСИ

“5210200 - САНЪАТШУНОСЛИК”

4-курс Санъатшунослик журналистикаси бўлими битирувчиси

ТОЖИБОЕВА НАФОСАТХОННИНГ

Битирув малакавий иши

Курс раҳбари:

Санъатшунослик фанлари
доктори, профессор М.Хамидова

Илмий раҳбар:

“Санъатшунослик ва маданият
шунослик” кафедраси
ўқитувчиси Ш.Нусратова

« _____ » _____ 2015 йил

« _____ » _____ 2015 йил

ТОШКЕНТ-2015 йил

МУНДАРИЖА

Кириш _____ 3

Биринчи боб. Интернетжурналистикаси тарихи, ривожланиш истиқболлари _____ 9

1.1 Интернет тарихи, ривожланиши ва ўзига хос хусусиятлари _____ 10

1.2 Интернет журналистикасида мавзулар кўлами, жанр хусусиятлари _____ 20

1.3 Веб-тармоқда интернет журналистининг мақсад-вазифалари _____ 31

II-БОБ. ИНТЕРНЕТ ЖУРНАЛИСТИКАСИДА ИХТИСОСЛАШУВ

МАСАЛАЛАРИ _____ 37

2.1 Электрон нашрлар ва уларнинг оммавийлиги. _____ 38

2.2 Миллий доменда санъат тарғиботи (2014йил мисолида) _____ 43

2.3 Онлайн тизимда санъат мавзусининг ёритилишида журналистнинг касб одоби. _____ 52

ХУЛОСА. _____ 62

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати. _____ 67

ИЛОВА. _____ 70

КИРИШ

1989 йилда интернет тармоғидан фойдаланувчи www (домени) ҳаётимизга кириб келди. 1999 йилда интернет блогида илк ёзув жойлаштирилди. Шунингдек интернет тармоқлари қисқа фурсат ичида ўзини ўргимчак тўрини бутун дунёга ёя бошлади. Тезкорлик билан турли сайтлар яратилди, ижтимоий тармоқлар ҳам бундан мустасно эмас. Ҳозирги кунда ҳеч кимга сир бўлмаган “Facebook” (2003) “Yotube”, (2005) “Twitter” (2006) “Pinterest” (2009) ўз фаолиятини кенг жамоатчиликка тадбиқ этди. Ижтимоий тармоқларга асос солиниши жамиятнинг кўп қисмини ўзига қамраб олди. Биринчи газета ва радиоэшиттириш ўртасидаги тафовут ўзида қандайдир таассурот қолдирди лекин бу ақл-идрокни ҳайратлантира олиш даражасида бўлди дегани эмас. Ҳозирги ривожланган техника ва медиаиндустрия олдида улар иккинчи даражага тушиб қолгандек бўлди. Дунё интернет таъсирида ўзгара бошлади. Бу ҳақиқат ва уни инкор этиб бўлмайди. Интернетнинг пайдо бўлиши эса бизга чексиз эркинлик бағишлади, сиёсат эса бундан мустасно. Ўз фикрини тўлиқ ва яхлит тарзда баён этишда интернет энг қулай восита сифатида ҳозирги ҳаётимизда муҳим ўрин касб этмоқда. Газета мутола қилиш ҳам ҳудди теледастур кўришдек бир гап. Бўш вақт топиб телеканал ахтариш ва ўзига мақбул бўлган телепрограммани томоша қилиш ҳам бир жараён. Планшет юқоридагиларнинг бутунлай акси ўлароқ ундан исталган вақтда ёки жойда фойдаланиш мумкин хоҳ у метро хоҳ автобус бекати бўлсин.

Ҳозирги кунда Интернет ахборот олиш ва тарқатиш воситаси сифатида хизмат қилмоқда. Тармоқнинг журналист учун аҳамияти катта. Биринчи галда у турли-туман, аниқ ва аниқ бўлмаган ахборот манбаи. Иккинчидан, у ўзида сифимиға кўра жуда кўп маълумотларни жамлаган. Шу боис ҳам Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислам Каримов 2012 йил 27 июнь – Матбуот ва оммавий ахборот воситалари куни муносабати билан соҳа

ходимларига йўллаган табригида бу масалага алоҳида урғу бериб, шундай деган эди: **“Бугунги кунда медиа тармоқлари, матбаа корхоналарини замонавий ахборот-коммуникация соҳасидаги энг сўнгги ютуқларга асосланган техника ва технологиялар билан таъминлаш, айниқса, Интернет тизимидан кенг фойдаланиш учун имконият яратиш, моддий ва молиявий кўмак бериш масалаларини ечиш, шу асосда ушбу соҳанинг тараққиётини янги босқичга кўтариш, бошлаган ҳаракатларимизни изчил давом эттириш эътибор марказимизда бўлиши шарт”**.¹

Интернетга биринчилардан бўлиб босма ОАВ интилади. Тармоқнинг имкониятлари йирик ахборот агентликлари ва хизматларининг назаридан четда қолмайди. Негаки, интернетга чиқиш нафақат янги профессионал даражага кўтарилиш, балки дунёнинг турли бурчакларидаги ўқувчиларга етиб бориш имконияти демакдир.

Тарихнинг гувоҳлик беришича, радио оммавий аудиторияни жалб қилиши учун 40 йил керак бўлди, телевидение эса бунга 14 йилда эришди. Интернет тизимининг дунё аудиториясини жалб қилиши учун эса 4 йил кифоя қилди². Бинобарин, бугун Интернет ўзида нафақат матбуот, радио ва телевидение имкониятларини ҳам мужассам этмоқда. Интернет вақт, макон ва жўғрофий чегараларнинг мавжудлигига қарамай, компьютер ва кичик тизимларнинг ўзаро алоқа боғлаб, глобал ахборот инфратузилмасини шакллантирувчи бутунжаҳон компьютер тармоғидир. Замонавий ахборот-коммуникация технологияларининг жамиятимиз ҳаётига жадал кириб келиши, барча соҳаларда бўлгани каби, журналистикада ҳам янги имкониятлар яратмоқда ва унинг ривожланишига катта таъсир кўрсатмоқда. Бу борада жаҳон ахборот ва коммуникация тармоғи ҳисобланган Интернетнинг аҳамияти бениҳоя каттадир.

Мустақиллик йилларида мамлакатимиз ҳаётининг барча жабҳаларида бўлгани каби оммавий ахборот воситалари соҳасида

¹ Ўзбекистон Республикаси Президентининг матбуот ва оммавий ахборот воситалари ходимларига табриги. “Халқ сўзи”, 2008 йил 28 июнь, №1 27.

²

хам туб ўзгаришлар амалга оширилди. Собиқ Иттифоқ пайтида шунчаки ҳукуматга оид бўлган ахборот етказиш воситаси ҳисобланган оммавий ахборот воситалари истиқлол йилларида ўзининг асл моҳиятини топди. Эндиликда ОАВ фуқаролик жамиятининг институти сифатида жамият ҳаётининг муҳим бир бўлагига айланди.

Ҳозирги кунда халқ хўжалигининг ҳар бир соҳасида бўлгани каби санъат ва маданият жабҳасида ҳам тезкор ОАВга эҳтиёж сезилмоқда. Асримиз фавқулотда тезкор бўлиб, ҳар дақиқада янгилик содир бўлмоқда. Ундан одамларни хабардор қилиш эса тобора мураккаблашиб борапти. Бу жараёндаги долзарб муаммоларни ҳал қилишнинг энг замонавий йўли интернет тармоғидир. Шунини инобатга олган ҳолда ушбу малакавий битирув ишимизда ушбу йўналишни тадқиқ қилишга қарор қилдик.

Мавзунинг долзарблиги бугун мамлакатимиздаги Ўзбекистон Миллий университети, Ўзбекистон Давлат жаҳон тиллари университети ва Ўзбекистон Давлат санъат ва маданият институтида журналистика таълим йўналишлари бўлиб, улар умумий ва ихтисослашган журналист кадрларни тайёрлаб бermoқда. Уларнинг таълим жараёнларида ОАВнинг барча соҳалари бўйича ўқув дастурлари, турли қўлланмалар мавжуд. Аммо интернет журналистикаси, хусусан интернетда санъат журналистининг аҳамияти ҳақида бирорта мустақил манба борлигини аниқлашнинг имкони бўлмади. Шунини инобатга олган ҳолда, соҳа бўйича тегишли манбалар ва қўлланмалар йўқлиги сабаб ушбу мавзу танланди ва интернет журналистикасида санъатнинг аҳамияти ҳақида бакалаврлик даражасида тадқиқот олиб борилди.

Малакавий битирув ишининг мақсад ва вазифаси интернет тармоғида санъат соҳасининг тарғиботини ўрганиш

бўлса, мақсаддан келиб чиққан ҳолда қуйидаги вазифаларни бажариш мақсадга мувофиқ деб уйлаймиз:

-интернет тарихи, ривожланиши ва ўзига хос хусусиятларини ўрганиш;

-интернет журналистикасида мавзулар кўлами, жанр хусусиятларини тадқиқ этиш;

-веб-тармоқда интернет журналистининг мақсад-вазифаларини аниқлаш;

-санъат соҳасига журналистлар ихтисослашувини масаласини таҳлил этиш;

-миллий доменда санъат тарғиботини таҳлил этиш;

-онлайн тизимда санъат мавзусининг ёритилишида журналистнинг касб одоби масалаларини ўрганиш.

Тадқиқотнинг илмий янгилиги. Тадқиқот мавзусининг ижтимоий-сиёсий жиҳатдан кам ўрганилганлиги, глобаллашув жараёнида санъат соҳасига ихтисослашган онлайн тизимидаги ОАВда фаолият юритаётган интернет журналисти ижодининг ўзига хосликлари илмий нуқтаи-назаридан кўриб чиқилмаганлигидир. Тадқиқотда илк бор Ўзбекистондаги санъат тарғиботига ихтисослашган интернет ОАВининг конвергенция шароитидаги фаолияти таҳлилга тортилган, рақамли технологияларининг интернет журналист меҳнатига таъсири натижалари тадқиқ этилган.

Мавзунинг ўрганилганлик даражаси: Интернет журналистикаси бугун қатор хорижий ва миллий тадқиқотчилар томонидан ўрганилиб, бу борада хорижлик олимлар М.Павликова³, А.Г.Качкаева⁴, И.И.Засурский⁵, Анна Брунсторм⁶

³ www.cheb.ru/doma/m_pavlova.shtml

⁴ www.newsmen.tsu.ru/wp-content/.../Журналистика-и-конвергенция.pdf

ларнинг тадқиқотлари мазкур соҳага аниқлик киритди. Жумладан рус олимаси М.Павликова 2011 йилдаёқ журналистика ва онлайн журналистикасининг ўхшашлик ва тафовутларини Финляндия ОАВ мисолида, аниқ фактлар асосида кўрсатиб беради. Ўз навбатида А.Г.Качкаева “Журналистика ва конвергенция. Нега анъанавий ОАВ мультимедиа ОАВга айланади?” деб номланган тадқиқотида глобаллашув шароитида фан-техниканинг ривожини анъанавий ОАВга ўз таъсирини ўтказиб, оммавий аудитория эҳтиёжларини қондириш ва тўлиқ ахборот етказиб бериш учун мультимедиа воситаларидан фойдаланиш жараёнларини очиб беришга ҳаракат қилади. Шу билан биргаликда И.Засурский ва А.Брунстормлар медиамаданият, конвергенция ва рақамли технологиялар шароитида журналистиканинг вазифаларини тадқиқ этиб беришган. Интернет журналистикаси Ўзбекистон учун янги институт ҳисобланади. Шу боис мазкур йўналишда олиб борилган тадқиқотлар, илмий изланишлар ҳам нисбатан ўзининг бошланғич босқичида турибди деб айтиш мумкин. Жумладан, Ф.Мўминовнинг интернетда муаллифлик ҳуқуқи⁷, Д.Рашидованинг интернет журналистикасининг шаклланиш хусусиятлари ва Интернетнинг ОАВ сифатидаги ўзига хос жиҳатлари⁸, Ш.Қудратхўжаевнинг интернетнинг яратилиш тарихи ва ривожини⁹, Н.Қосимованинг интернет журналистикасининг ривожини ва унда қўлланиладиган технологик воситалар борасидаги фикрлари¹⁰, Н.Муратованинг интернет тизимининг ахборот

⁵ Засурский И. И. Масс-медиа второй республики. — Издательство МГУ, 1999. — 272 с. — 5000 экз. — [ISBN 5-211-04108-9](#).

⁶ www.kau.se/forskare/anna-brunstrom/publikatione

⁷ fikir.uz/blog/your-articles/2968.html

⁸ library.ziyonet.uz/uploads/books/.../53d09f262a422.doc

⁹ library.ziyonet.uz/uploads/books/.../53d09a76c7466.doc

тарқатишдаги ўрни¹¹, аҳамиятига доир тадқиқоти эътиборга лойиқ.

Малакавий битирув ишимда **тадқиқотнинг объекти сифатида** миллий домендаги санъат соҳаси тарғиботига ихтисослашган сайтлар олинган бўлса, **ишнинг предмети** сифатида уларда ёритилаётган мақолалар таҳлилига эътибор қаратилган.

Ишнинг назарий ва методологик асослари. Ўзбекистон Республикаси Конституцияси, ОАВ тўғрисидаги қонунлар, бошқа бир қатор меъёрий ҳужжатлар, Ўзбекистон Республикаси Президенти И.А.Каримовнинг журналистика ва миллий ОАВга доир асарлари ва нутқлари, шунингдек, журналистика конвергенцияси ҳамда интернет журналистикаси, онлайн тизимида фаолият юритадиган журналист ижодини атрофлича ўрганувчи мамлакатимиз тадқиқотчиларидан Ф.Мўминов, Н.Қосимова, Ш.Қудратхўжаев, Д.Рашидоваларнинг илмий тадқиқотлари ҳамда хорижий олимлардан Е.Вартанова, Л.Шестёркина, А.Качкаева, А. Брунсторм, Ж.Эндерс, И. Засурский ва бошқаларнинг асарлари мазкур ишнинг методологик асослари бўлиб хизмат қилди.

Тадқиқот услубияти ва услублари. Тадқиқот доирасида кўтарилган муаммоларни тизимли таҳлил қилишда ҳамда хулоса ва тавсиялар ишлаб чиқишда концептуал, солиштирма-қиёсий, функционал-таркибий, тарихий ва ижтимоий таҳлил, умумлашма услубларидан фойдаланилди.

Битирув малакавий ишининг тузилиши кириш, 2 боб, 3 параграф, хулоса, илова ва фойдаланилган адабиётлар рўйхатидан иборат.

¹⁰ www.ziyounet.uz/uploads/books/251467/538425984950e.doc

¹¹ <https://www.linkedin.com/pub/nozima-muratova/50/905/555>

1-бобда

Интернетнинг пайдо бўлиш тарихи ва ривожланиш истиқболлари хусусида тўхталиб ўтилган. Қолаверса, интернет журналистининг вазифалари ва унга ҳозирги кунда қай даражада ёндашилаёгани, ўзбек интернет сайтларидаги берилаётган мақолаларнинг жанр хусусиятлари ва уларга журналистларнинг ёндашуви таҳлилий мисоллар орқали шарҳлар берилган.

2-бобда

Ўрганилган маълумотлар асосида амалий муаммоларни ўртага ташлаш ва бу бўйича таклифлар ишлаб чиқилган. Мамлакатимизда, санъатга ихтисослашган босма оммавий ахборот яъни Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси ҳузуридаги Олий аттестация комиссияси томонидан рўйхатга олинган журналлар, газеталарнинг рўйхатлари ва уларда чоп этилган санъатга оид мақолаларнинг таҳлилий ечими ўрганилиб, миллий домен остида фаолият олиб бораётган санъат сайтлари билан таққосланган ҳамда таҳлил қилиниб ўрганиб чиқилган.

Хулоса қисмида иш ва таҳлилнинг асосий натижалари келтирилган бўлиб, улар умумлаштирилган ҳолатда берилган. Хусусан, Uz домен зонасида фаолият юритаётган Санъат ва шоу бизнесга ихтисослашган сайтлар борасидаги амалий таклифлар ва санъат мавзусини ёритилишида асосий эътибор бериладиган жиҳатлар таҳлил этилиб объектнинг мувафақиятларини амалий аҳамиятини акс эттиради.

I-БОБ. ИНТЕРНЕТ ЖУРНАЛИСТИКАСИ ТАРИХИ, РИВОЖЛАНИШ ИСТИҚБОЛЛАРИ

1.1 Интернет тарихи, ривожланиши ва ўзига хос хусусиятлари

Интернет бу бутун жаҳон компьютер тармоқлари мажмуи бўлиб ягона стандарт асосида фаолият кўрсатади. У минглаб локал ва минтакавий компьютер тармоқларни бирлаштирувчи ахборот тизим ҳисобланади. Яъни WWW –World Wide Web – бутун дунё ўргимчак тўри деб ҳам юритилади. INTERNET –International Network халқаро компьютер тармоғи деб ҳам аталади. 1967 йил Ларри Робертс ARPA компьютерларини ўзаро боғлашни таклиф этади ва 1969 йилда АҚШ Мудофа вазирлиги томонидан компьютер тармоғининг биринчи версиясини яратди.

Бугун мўъжиза бўлиб кўринаётган *Internet* аслида «совуқ уруш » маҳсули ҳисобланади. Унинг яратилиши ядро зарбаларидан қисман зарарланганда ҳам ишлай олишга мўжалланган тажрибавий алоқа системасига ARPANet алоқа тармоғи асос бўлган. ARPANet- бузилган алоқа бўғинларини автоматик равишда айланиб ўтишга ва тармоқдаги компьютерларга маълумот алмашилишига имкон яратувчи коммуникациялар пакетидир. Интернетда маълумотлар кўплиги туфайли керакли маълумотларни WWW, FTP ёки Gopher протоколи ёрдамида кўриш мумкин. WWW-интернетнинг энг оммабоп хизмат туридир. Интернет ўз-ўзидан шакллантирувчи ва бошқарувчи мураккаб тизим бўлиб, асосан учта:

1. техник
2. дастурий
3. ахборотли қисмлардан иборат.

Техник таркибий қисми - турли русумдаги компьютер, алоқа каналлари ва тармоқ техник воситалари мажмуидан ташкил топган. Дастурий таъминоти-тармоққа уланган компьютер ва тармоқ воситаларини ягона стандарт асосида мулоқот қилиш, маълумотларни ихтиёрий алоқа канали ёрдамида узатиш даражасида қайта ишлаш, излаш ва сақлаш ҳамда тармоққа ахборот хавфсизлигини таъминлаш каби муҳим вазифаларни амалга оширувчи дастурлар мажмуидан иборат.

Ахборотли қисми-интернет тармоғида мавжуд бўлган турли электрон хужжат, график, расм, аудиоёзув, видео тасвир кўринишидаги ахборотлар мажмуидан иборат. Улар бутун тармоқ бўйлаб тақсимланиши мумкин.

Интернетдан асосан 6 та йўналишлари фойдаланилади:

1. интерактив ўйинлар;
2. E-mail - электрон почта;
3. Chat – IRC E-mail;
4. WWW World Wide Web GOPHER;
5. Usenet;
6. Дастурларни узоқдан бошқариш;

Бугун инсоният интернетдан шу мақсадларда фойдаланиб келмоқда. Унинг асосий муддаоси шундан иборат. Бунинг учун дастур провайдерда жойлашган домен номлари хизмати дастурлар мажмуидан фойдаланади ва у DNS (Domain Name Service) деб аталади ва Интернетни компьютерингизга ўрнатганда киритилади. TCP/IP протоколингизни бу домен номини сизнинг DNS серверингизга узатади.

Бугунги кунда республикамизда интернетга бўлган эътибор тобора ортиб, Президент Ислам Каримов ташаббуси билан жамиятнинг барча жабҳалари, хусусан, таълим тизимида замонавий ахборот технологияларидан кенг фойдаланишни йўлга қўйишга қаратилаётган улкан эътибор самараси ўлароқ, бугун жамиятнинг ҳамма соҳалари ва халқимиз турмуш тарзига компьютер технологиялари чуқур кириб борапти. Бундай воситалар аҳоли хонадонларида ҳам ўз ўрнини топмоқда. Бу аҳоли, айниқса, ёшларимизнинг

зарур ахборот ва маълумотларни излаб топиш мақсадида дунёдаги етакчи алоқа воситаси — Интернет тармоғидан фойдаланишга бўлган интилишини кучайтирмоқда. Бу бежиз эмас, чунки бугунги тараққий этган замон юксак технологиялар сир-асрорини чуқур эгалламай, дунёнинг турли бурчакларида рўй бераётган янгиликлардан ўз вақтида хабардор бўлмай туриб, ота-боболаримиз умрбоқий анъаналарининг муносиб давомчилари бўлиш, ривожланган давлатлар қаторидан муносиб ўрин эгаллаш йўлидан жадал одимлаётган мамлакатимиз тараққиётини таъминлашга муносиб улуш қўшиш мушкул. Бугунги кунда аксарият ёшларимиз ўз олдига ана шундай эзгу мақсад қўйиб яшамоқда. Улар билимга чанқоқлиги, ўқиш, изланиш ва жамоат ишларида фаоллиги, илмий ва ижодий салоҳияти билан бир қаторда замонавий ахборот технологияларининг сўнгги ютуқларини ўзлаштиришга бўлган интилиши билан ҳам ажралиб туради. Табиийки, бу эҳтиёж уларни Интернет томон етакламоқда. Мутахассислар маълумотига кўра, мамлакатимиз ахборот бозорининг асосий истеъмолчилари бўлган бундай ёшлар ўзларини қизиқтирган саволларга жавобни, асосан, Интернетдаги электрон манбалар ва веб-сайтлардан қидирмоқда. Жамият ҳаётига компьютернинг кенг даражада кириб келиши фуқароларга ахборот олишга бўлган имкониятлар эшигини очиб берди. Мазкур ўзгаришлар, биринчи навбатда, янги ахборот коммуникацион технологиялар таъсири остида юз бериб, инсон фаолиятининг ҳар бир соҳасида ахборотга бўлган эҳтиёжнинг ортиши билан тавсифланди. Хўш, ахборот технологиялари деганда биз нимани тушунамиз? Ахборот технологиялари – объект ёхуд воқеа-ҳодиса, жараён, ҳудуд ҳолати ҳақида янги сифатга эга бўлган ахборотни олиш учун маълумотларни йиғиш, қайта ишлаш ва узатиш мақсадида ишлатиладиган восита, усуллар ва техника жамланмаси ҳисобланади. Яқин кунларгача компьютерлаштириш ва информатика масалалари билан бизнинг мамлакатимизда битта ҳам вазирлик ёки ташкилот умумий ҳолда шуғулланмаган эди. Бу масalani эса Ўзбекистоннинг ривожланиши ва унинг жаҳон ахборот ҳамжамиятига кириши учун жуда муҳимдир. Ислохотлар

йиллари давомида Ўзбекистонда ва Интернет АКТ сектори ўндан ортик конунлар, иккита Президент фармони ва 28 та Вазирлар Маҳкамасининг қарорлари қабул қилиниб, амалда қўлланилмоқда. Улар телекоммуникациялар ва ахборотлаштириш соҳасида фаолиятнинг асосий йўналишларини тартибга солади. Миллий ахборотлаштириш тизимини шакллантириш, замонавий технологиялар, компьютер техникаси ва телекоммуникация воситаларини иқтисоднинг ва жамият ҳаётининг ҳамма соҳаларига оммавий тадбиқ этиш ва фойдаланиш, аҳолининг ўсиб бораётган ахборотлаштириш талабларини янада тўлароқ кондириш учун жаҳон информацион ҳамжамиятининг кириб боришга қулай шароитлар яратиш ва жаҳон ахборотлаштириш манбаларига кириш имкониятларини кучайтириш мақсадларида Ўзбекистон Республикаси Президенти И.А.Каримов «Компьютерлаштириш ва ахборотлаштириш — коммуникацион технологияларни тадбиқ этишни янада ривожлантириш ҳақидаги» № VII-3080-сонли (30.05.02 йил) фармонини эълон қилди¹².

Ҳукуматимизнинг 2002 йилги июн ойи Қарори билан компьютерлаштириш ва ахборотлаштириш — коммуникацион технологияларни тадбиқ этишни ривожлантириш муаммоларини комплекс ҳал этишни таъминлаш кўзда тутилиб, унда Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси раҳбарлик тартибига янги қўшимча — алоқа ва ахборот-коммуникацион технологиялар масалалари бўйича Комплекс раҳбари — Ўзбекистон Республикаси Бош Вазир ўринбосари лавозими киритилди¹³. Дастурлар маҳсулотларини ахборот тизимларини тадбиқ этиш мувофиқлаштириш бўлими ахборот-коммуникацион технологиялари соҳасида иқтисодий сиёсат ва юридик базани шакллантиришда иштирок этувчи структураларга самарали раҳбарлик қила олувчи марказлашган

¹² www.tuit.uz/blog

¹³ lex.uz/pages/GetAct.aspx?lact_id=1004446

органларининг йўқлиги ва ҳаракатлари мувофиқлаштирилмаганлиги ҳамда махсуслаштирилган дастурлар учун ажратилган моддий маблағларни янада самаралироқ тақсимлаш ва жамлаш имконияти йўқлиги сабаблари ягона координацион орган ахборот - коммуникацион технологияларни ривожлантириш бўйича координацион кенгаш ташкил этилиши зарурлигини кўрсатиб берди. Компьютерлаштириш ва ахборот — коммуникацион технологияларни ривожлантириш бўйича мувофиқлаштирувчи Кенгашнинг асосий вазифалари:

- компьютерлаштириш ва ахборот — коммуникацион технологияларни ривожлантириш асосий (бирламчи устун) йўналишларини аниқлаш;
- компьютерлаштириш ва ахборот — коммуникацион технологияларни тезкорлик билан ривожлантириш учун қулай шароит яратиш ва иқтисодий рағбатлантириш бўйича ҳукуматга таклифлар киритиш;¹⁴

Компьютерлаштириш ва ахборот — коммуникацион технологияларни ривожлантириш соҳасида дастурлар, лойиҳалар, меъёрий- ҳуқуқий қонунлар ишлаб чиқиш ва экспертиза қилишни ташкил этиш;

Компьютерлаштириш ва ахборот — коммуникацион технологияларни ривожлантириш дастурларини амалга оширишда давлат бошқарув органлари, хусусий сектор ва жамоат ташкилотларининг биргаликдаги иштироқи ва олиб борадиган сиёсатлари мослаштиришини таъминлаш;

Компьютерлаштириш ва ахборот — коммуникацион технологиялар соҳасида рақобатчилик муҳитини шакллантиришга ёрдам бериш, инновацион бизнесни кўллаб-қувватлаш; Компьютерлаштириш ва ахборот — коммуникацион технологиялар соҳасида халқаро ҳамкорликни ривожлантиришга ёрдам бериш, ахборот -коммуникацион технологиялар инфраструктурасини ривожлантириш учун чет эл инвестицияларини, ҳомийлик маблағларини ва грантларини жалб этиш; Ахборот — коммуникацион технологиялар соҳасида малакали мутахассисларни тайёрлаш ва қайта тайёрлаш бўйича ишларни амалга ошириш;

¹⁴ Lex.uz (Ахборотлаш)

Ахборот — коммуникацион технологиялар соҳасида ҳимоя қилиш ахборот тизимларини янада ривожлантиришни ташкил этиш.

Ўзбекистон Республикасида жаҳон ахборот ҳамжамиятига кириш борасида мамлакатимиз мустақилликка эришган кундан бошлаб қатор ишлар амалга оширилиб, уларнинг ичида энг асосийси UZ миллий домен зонасининг шакллантирилиши бўлди. Бугунги кунда юқори босқичдаги миллий домен зонасининг маъмури сифатида компьютер ва ахборот технологияларини ривожлантириш ва жорий этиш маркази UZINFOCOM (ccTLDuz) 27 март 2003 йилда Интернетда номлар ва манзилларни тайинлаш корпорацияси (ICANN) билан битим имзолаши натижасида фаолият юритиб келмоқда. Айни пайтда Ўзбекистонда 7 та компания UZ миллий домен зонасида рўйхатга олиш вазифаларини бажармоқда. Булар: МЧЖ «Tomas», МЧЖ «Sarkor Telekom», МЧЖ «Tv-Inform», МЧЖ «Amaliy Aloqalar Biznesi», МЧЖ «BILLUR COM», МЧЖ «Arsenal-D», МЧЖ «Simus».

2008 йилнинг сентябрь ойига келиб UZ миллий домен зонасида 7220 нафар номзодлар рўйхатдан ўтишган. 2008 йилнинг бошидан 2008 йилнинг сентябрь ойигача рўйхатдан ўтувчилар сони 25,4% га кўпайган¹⁵.

2011-йилнинг апрелига келиб Uz домен зонасидан рўйхатдан ўтган сайтларнинг сони 12 мингтага яқинлашиб қолди. Бугунги кунда мутахассислар ахборот технологияларининг асосий белгиси сифатида маълумотни қайта ишлаш жараёнининг муайян босқичларга бўлинишини эътироф этадилар. Бу эса, ўз навбатида, ушбу жараённинг батамом тартибга солиниши ва уни автоматлаштирилган ҳолга ўтказилиши учун янги имконият яратиб берди. Ҳозирда журналистикани ахборот технологияларисиз тасаввур қилиш қийин. ОАВнинг қайси турига назар ташламанг, ахборотни истеъмолчига узатиш жараёнида, айнан ахборот технологияларидан кенг фойдаланилаётганлигининг гувоҳи бўламиз.

¹⁵ fikir.uz/blog/896.html

Бугун интернет орқали дунё миқёсидаги оммабоп маълумотларни доимий равишда йиғиш, қайта ишлаш ва тарқатишдан мумкин. У оммавий тарғибот ва ташвиқот ютириш воситаларидан биридир. Интернетдан тарқалаётган ахборот, ўзининг “аудиторияси”га эга бўлиб, унинг жамоат ва дунёқараш тасаввурларни ижтимоий йўналтира олиши, замонавий реаллик, ранг-баранглик қонуниятлари жамият ҳаётининг ижтимоий-иқтисодий ривожни бошқарувчи асосий қонуниятлар ҳақида муълумот бера олиши лозим.

Интернет журналистикаси анъанавий журналистикага нисбатан ўзининг қайси сифатлари ва афзалликлари билан ажралиб туради. Аввало:

- Интерактивлиги. Бундай хусусият Интернет технологиясининг ўзида мужассам бўлиб, бунда у ўзининг кўп томонлама “тармоқ”ли алоқасини таъминлайди.

- Профессионал ёндашув. Бунда у ҳар бир ўқувчи ёки гуруҳнинг ўзларини шахсий қарашлари, фикрлари ва талабларини ҳисобга олиш имконини беради.

- Матбуотга йўналганлиги. Бу ҳолатда бир ўқувчи, ўзининг хоҳлаган ахборотини, хоҳлаган даражада олиши ва уни хоҳлаган даражада ўрганиши, таҳлил қилиши имконига эга.

- Онийлик. Буни афзаллиги шунда-ки, унда маълумотларни узатиш тезлиги ниҳоятда катта бўлиши билан бир қаторда, керакли маълумот узатилган жойга тез ва шу билан бир қаторда сифатли етиб боради;

- Ўлчамлилик. Бу ўқувчиларга у ёки бу ахборотни муҳимлик даражасини тез ва қулай аниқлаб олишга имкон яратади;

- Ҳамфикрлилик. Бунда маълумот саҳифасини тез ва қулай равишда ҳар бир ташриф этувчи фикрини ҳисобга олган ҳолда янгилаб бориш имконияти тушунилади;

- Тежамкорлик. Интернет маълумотларини тарқалишидаги таъминотни қимматлигига қарамасдан, ҳар бир ўқувчига керакли маълумот қоғозга нисбатан тезроқ ва арзонроқ, энг муҳими сифатли етиб боради;

Етмишинчи йилларда пайдо бўлган интернет 90 йилларда бутун дунёга қудратли ахборот оқимини ёйди. Бугун таълим ва бизнес соҳасида веб

технологияларнинг ишлатилиши замонавий инсон ҳаётининг мазмунига айланди.

Веб ўз имкониятлари бўйича нашриётга мувофиқ келади. Биринчидан интернет саҳифасини кўриб чиқаётганда ҳатто энг кичик тизимли нашриётчи бутун ўқувчи аудиториясига эга бўлади.

Иккинчидан, оддий веб тугун яратишнинг нархи жуда паст. Интернет хизматини кўрсатувчи кўплаб ташкилотлар стандарт хизмат сифатида обуначиларга шахсий веб саҳифа яратиш учун жой таклиф қилишади. Аммо журнал ва газеталарнинг электрон версияларини электрон ОАВ киритиб бўлмайди. Бу нашрни етказишнинг усули холос¹⁶.

Аслини олганда интернетда маълумот жойлаш уни тарқатиш нафақат журналистга балки турли соҳа вакилларига ҳам таълуқли бўлиши мумкин. Бу орқали фақатгина интернет журналисти ахборот тарқатишга ҳақли дегани эмас. Бугунги кунда жамиятнинг ҳар бир фуқароси ахборот олишга уни тарқатишга ва ўз фикр мулоҳаларини бериб боришга ҳақли. Шунини алоҳида таъкидлаб ўтиш жоизки, бошқа оммавий ахборот воситаларига нисбатан интернетда барча иштирок эта олиш хусусиятига эга. Этибор берадиган бўлсак, радио, телевидение, матбуотда аудиторида кам иштирок этади. Яъни газетадаги мақолани ўқиб туриб унга жавобан ё бўлмаса ўз муносабатини билдириши, газетада ёритиши учун анча вақт кетади. У босмадан чиққунга қадар газетанинг янгилик хусусияти ўқолиши мумкин. Шуларни инобатга олган ҳолда радиода ҳам агарда жонли мулоқот бўлмаса ушбу интерактивликни кузатиш қийин. Телевидениеда очикдан-очик мулоҳаза юритиш, фикрлар хилма-хиллиги сохталаштирилади. Аммо интернетда барчанинг фикри жонли тарзда ёритиб борилиши бу катта имкониятдир. Хоҳ у муаммо бўлсин хоҳ у ижобий ва салбий муносабат барчаси очик ойдин ёзиб борилади. Интернетнинг яна бир афзал томонларидан бири бу мулоқот шакллариининг кўплиги. Мисол учун бирор бир хабарни етказмоқчи бўлсангиз, турли хил йўллар билан тақдим

¹⁶ Р. Реддик, Э Кинг Журналистика в стиле он-лайн Пер. Сангл –Москва, 1999 г.- С. 36

этишингиз мумкин. Сўз орқали, овоз, тасвир, ҳаракатлар орқали маълумотларни етказиш имконига эга бўлиш имконини беради.

Интернетнинг ватани бўлмиш АҚШ бугун сиёсий, иқтисодий ва ижтимоий кўрсаткичларга кўра технологик жараёнлар ривожининг марказида туради. Шу сабаб, Интернетнинг журналистикада тутган ўрнини дастлаб АҚШ мисолида кўриб чиқсак мақсадга мувофиқ бўлади. Америка журналистикасининг такомилли хам айнан ахборот-коммуникацион технологиялар замирида амалга ошмоқда. Мутахассисларнинг фикрига кўра, бугун Қўшма Штатларда оммавий ахборот воситалари икки технология таъсирида ўз фаолиятини ўзгартирмоқда, булар: Интернетнинг ривожини ва конвергенция жараёнидир. Оммавий ахборот воситаларида кузатилаётган ўзгаришлар бир неча технологик жараёнлар асосида вужудга келишини қатор тадқиқотчилар кўрсатиб бермоқда. Буни ахборот узатишдаги барча усулларнинг (матнли, график, тасвир, овозли) рақамли шаклга ўтказилиши билан бевосита боғланади. Ушбу хусусият турли хил оммавий ахборот воситаларининг ягона тизимда намоён бўлиши учун замин яратмоқда. Замонавий терминология бўйича бунинг номи конвергенциядир.

Конвергенция латинча "convergo" сўзидан олинган бўлиб, "қўшилиш", "бирлашиш" маъноларини билдириб, у турли хил электрон технологияларнинг тез ривожланиши ва ўзаро алоқадорликда ишлаши натижасида ягона тизимга бирлашиш, қўшилиш жараёнини англатади¹⁷. Мазкур атама айрим чет эл манбаларида «конверция» сўзи билан ҳам ифодаланади. Журналистикада конвергенция бевосита турли хил ахборот узатиш шакллариининг ягона бир тизимга ўтишида яққол кўринади. Бу интернет журналистикасининг ўзига хос хусусиятидир.¹⁸

Интернетнинг ривожини, журналистикада ахборот-коммуникацион технологияларнинг кенг қўлланилиши ва шунинг натижасида рўй бераётган

¹⁷ www.lugat.uz Axborot-komunikatsiya texnologiyalari izohli lug'ati, 2004, UNDP DDI Programme асосида тайёрланган.

¹⁸ Муратова Н. Интернет ва Конвергенция. Мақола Ўзбекистон матбуоти журнал № 3.2014

конвергенция жараёни замонавий оммавий ахборот воситаларининг ижодий фаолиятига сезиларли ўзгаришлар олиб келаётганини қуйидаги статистик маълумотлар ҳам исбот этади. Маълум бўлишича, кўпгина йирик медиакомпаниялар Интернетда ўз сайтларини яратишни замонавий бозор стратегиясининг зарурий элементи, деб ҳисоблайди. Online Publisher Accosation маълумотларига кўра, Интернетдаги энг оммавийлашган сайтлар анъанавий оммавий ахборот воситалари электрон сайтларидир. Масалан, Буюк Британиядаги бундай сайтларга ББС нинг www.news.bbc.co.uk, The Guardian газетасининг www.guardian.co.uk.com, The Financial Times нинг www.ft.com, The Daily Telegraph нинг www.telegraph.com каби электрон манзиллари киради.¹⁹ Худди шудай ҳолатни АҚШ медиабозорида ҳам кузатиш мумкин. Бу ерда ахборот сайтларининг лидерлари New York Times, Washington Post, Los Angels times, World Street Journal каби энг йирик нашрлардир.

Сўнги тадқиқотлар Интернетнинг ривожини анъанавий матбуотнинг ахборот бозоридан чиқиб кетишига олиб келиши ҳақидаги мулоҳазаларни баргараф этиб, Интернетда ўз саҳифасига эга бўлган газеталарнинг ўқувчилари қоғоз вариантга қизиқиши янада ортганини кўрсатмоқда. Хусусан, The Media Audit компаниясининг ўтказган тадқиқотларига кўра веб-муҳитда электрон нусхасига эга бўлган газета ва журналлар, бугун янги ўқувчиларни янада жалб этишга эришмоқда ҳамда бу ўқувчилардан газета ва журнални сотиб олиш бўйича тушган таклифлар сони ортмоқда. Бундан ташқари, матбуотнинг веб-муҳитга ўтиши ва Интернетда ахборотларни доимий янгиланиб бориши газеталарга телевидение билан муваффақиятлироқ рақобатлашиш имконини яратмоқда.

НITWICE агентлигининг маълумотларига кўра, 2014 йил декабрига нисбатан глобал тармоқда ўз саҳифасига эга бўлган матбуот нашрларидан энг оммавийлари сирасига АҚШнинг “New York Times”, “Washington Post”, “USA

Today” газеталари, “Sport Illustrated” журнали ва Ҳиндистоннинг “Times of India” нашри киради.

Жамият ривожининг бугунги босқичи бевосита технологияларнинг такомиллашуви билан характерланади. Замонавий технологик жараёнлар ҳар қандай соҳага ўз таъсирини ўтказгани каби, ахборот узатиш тизимига ҳам тобора янги ўзгаришлар олиб кирмоқда. Катта ўзгаришлар ясаётган Интернет, айни даврда дунё бўйича жадаллик билан глобал аудиторияни эгаллаб бормоқда. Бинобарин, бугун Интернет ўзида нафақат матбуот, балки радио ва телевидение имкониятларини ҳам мужассам этмоқда.

Интернет тизимда фаолият юритувчи журналист радио, телевидение, матбуотда фаолият юритувчи журналистдан фарқ қиладими? Албатта йўқ. Фақатгина Интернет журналисти юқорида тилга олинган журналистларнинг барча хусусиятларини ўзида мужассам этган ҳолда ўз фаолиятини бажариши лозим.

Юқорида санаб ўтилган қоидаларни қатъий ва бажарилиш мажбурий деб аташ нотўғри бўлар эди. Масалан, маълум бир сиёсий ёки жамоат ташкилотлари нашрларининг журналистлари олдида турган вазифалар ҳам, улар ёритадиган мавзулар ҳам, ана шу мавзуларга ёндошув ҳам эркин матбуотдан анчагина фарқ қилади.

1.2 Интернет журналистикасида мавзулар кўлами, жанр хусусиятлари

Интернетнинг тезкор - интерфаол салоҳияти ахборот оқимининг асосан ахборот ва таҳлилий жанрларда ўз аксини топишига сабаб бўлмоқда. Виртуал муҳитдаги ОАВнинг конверсион жиҳатлари эса бу маълумотларнинг таркиби нафақат матн, балки аудио ва видео материаллар билан бойитилиши учун замин яратади. Умуман олганда, ушбу маконда матбуот, радио ва телевидениенинг барча одатий жанрлари ўз кучини сақлайди. У ёки бу услубнинг устун келиши ҳамда шаклан ўзгаришини Интернетнинг тўртинчи, ноанъанавий ОАВ сифатида намоён бўлиши билан изоҳлаш мумкин.

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

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

Интернетда ахборот оқимининг асосий таркиби матн, аудио ва видео материаллардан иборат бўлган, ўз жиҳатлари ёки жанрни шакллантирувчи омиллари бўйича информацион ва таҳлилий турларга мос келган маълумотлар саналади. Бу жиҳатдан анъанавий ОАВ ва Интернет ўртасида

сезиларли тафовут йўқ. Сабаби, даврий матбуот, телевидение ва радио сингари on-line ахборот журналистикаси ҳам тезкор хабарлар узатувчи восита вазифасини ўтайди.

Бундай нашрлар ўз ахборот салоҳиятини муҳим халқаро ва маҳаллий воқеалар ривожини ёритувчи материаллар бериб бориш асосига қурилади. Ёритиш услубларининг турли хил бўлиши, яъни «информацион хабарларнинг жанр жиҳатдан хилма-хиллиги» эса «аудиториянинг рўй бераётган воқеалар хусусида батафсил маълумотга эга бўлиши ва ўзини қизиқтирган соҳа бўйича доимий мониторингни» амалга ошириш имконини яратади.²⁰

Бадиий — публицистик жанрда ёзилган материаллар Интернет газеталари ёки электрон ОАВ саҳифаларида кам учрайди. Бундай ресурсларда бадиий-публицистик жанрдаги материалларнинг айрим турлари — сатирик шарҳлар, портретли ва муаммоли очеркларни (йўл очерки асосан ихтисослашган реклама — сайёҳлик сайтларида ишлатилади) учратиш мумкин. Маълумки, очеркнинг моҳияти унда, кўп жиҳатдан, репортаж (тасвир—кўргазмали) ва тадқиқот (таҳлилий) жанрлари жиҳатининг бирлашмасидан иборат. Портретли очеркнинг эътибори эса шахс ва унинг сиймосига қаратилади.

Муаммоли очеркларнинг предмети эса бирор муаммоли вазият ҳисобланади. Очерк муаллифи ўз материалда айнан ана шу вазиятнинг ривожланишини кузатади. Ўз мантиқий тузилишига кўра муаммоли очеркни таҳлилий жанрларнинг бир тури бўлмиш мақолага ўхшатиш мумкин. Бу хилдаги материалларда муаммоли вазият тадқиқот усулида акс эттирилади. Мақолада бўлгани каби, муаммоли очеркда муаллиф у ёки бу масаланинг юзага келиши сабабларини аниқлашга, кейинги ривожини билишга ва ҳал қилиш йўллари кўрсатиб беришга уринади.

Информацион интервьюнинг теле, аудио ва бошқа ўзига хос жиҳатлари ўзаро қўшилганда, on-line журналист томонидан кўзланган мақсад янада

²⁰ Тертычный А.А Даврий матбуот жанрлари. М.Аспен – пресс. 2000. 53-бет.

тўлиқ ҳал этилади, деб айтиш мумкин. Яъни, катта имкониятларга (тежамкорлик, тезкорлик, вақт ёки жуғрофий чегаралардан холи) эга журналист, анъанавий медиа тизимда иш олиб боровчи ҳамкасбига нисбатан анча қулай шароитда фаолият юритади. Журналист эмпирик услуб асосига қурилган ахборот маҳсулотини яратишда эса асосий эътибори пухта ўйланган савол-жавоблар тизимини ишлаб чиқиш ҳамда унга таянган интервью олиш жараёнига қаратилади.²¹

Умуман олганда, Интернет маконида матбуот, радио телевидениенинг барча одатий жанрлари ўз кучини сақлайди. У ёки бу услубнинг устун келиши ҳамда уларнинг шаклан ўзгаришини Интернетнинг тўртинчи, ноанъанавий ОАВ сифатида намоён бўлиши билан изоҳлаш мумкин. Хозирда кибермаконда янгиликлар, яъни ахборот жанри маҳсулотларининг кескин ортиб бориши кузатилмоқда. Интернет ғоятда оператив материаллар узатиш воситаси бўлгани боис, тезкорликни у қадар талаб этмайдиган мақола, очерк ёки фельетон каби мураккаб жанрлар унда қўлланилади.

Аммо, бир қатор янги, жумладан, мониторинг, блиц — сўров, рейтинг каби жанрлар ҳам унда самарали ишламоқда. Гарчи улар жанрларнинг мумтоз назариясига ҳали киритилмаган бўлса-да, «мавжудлиги» ҳамда тобора оммалашаётганини инкор этиб бўлмайди. Буни аниқса Интернет тармоғи мисолида яққол кўриш мумкин, сабаби, бу ерда ҳар ким ўз материални ўз фикрига кўра энг қулай шаклда тақдим этиши мумкин. Жанрнинг аниқ гуруҳ ва турларига келсак, шубҳасиз, кибермаконда информацион жанрлар устун туради. Буни жуда катта маълумотлар оқимига эга бўлган, қисқа ва лўнда ахборотга эҳтиёжни қондирувчи Интернетнинг улкан салоҳияти тақозо этади.

Сўзсиз, информацион жанрларнинг анъанавий назариясида ҳам қатъий, четлаб бўлмас чегаралар йўқ. Глобал тармоққа нисбатан ушбу ёндашувнинг қўлланилиши ҳам асосланган, шунинг учун журналистнинг турли жанрлардан эркин ва ижодий фойдаланиши қўллаб-қувватланади. Аммо

²¹ Дилдора Рашидова, Нозима Муратова. Интернет журналистика. Тошкент 2007.

бунда материалнинг мазмуни унинг шаклига монанд бўлишини унутмаслик лозим. Бу ерда, нафақат ахборот, балки таҳлилий ва бадий — публицистик жанрларнинг умумий мазмун — моҳиятига амал қилинади. Хар бир журналистик материалда, у қандай жанрда бўлишидан катъий назар, янгиликни баён этиш, маълум ахборотни ёритиш тармоқнинг ўзига хос хусусиятидир.

Таҳлилий ва бадий — публицистик жанрлар учун ҳам Интернет тармоғида кенг жой ажратилган.²² Қуйида анъанавий жанрлар ҳамда улардан электрон саҳифаларда фойдаланиш даражаси ўртасидаги тафовут батафсил таҳлил этилади. Аммо олдиндан шуни таъкидлаш лозимки, Интернет макони ниҳоятда улкан бўлгани боис унда газета, журнал, радио ва телевидениедан фарқли ўлароқ исталган ҳажмдаги материал жойлаштирилиши мумкин. Мақолаларнинг овоз ва тасвир билан тўлдирилиши, материалнинг таҳлилий ва бадий-публицистик жиҳатларини янада кучли ва таъсирчан ифода этишга имкон беради. Шу йўсинда журналист ишни, ўз қобилияти, малакасидан келиб чиқиб, ўта таъсирчан, таҳлилий ва публицистик жиҳатдаи бой қилиб яратиши мумкин. Бундан хулоса қилиш мумкинки, таҳлилий ва бадий — публицистик материалларнинг турлари доимий бойитилиб, хилма-хиллашиб бориши бевосита журналистнинг имкониятларига боғлиқ бўлмоқда.

Информацион жанрлар²³. Анъанавий матбуотда бўлгани каби Интернет ҳам асосий эътибор “қуруқ” ахборот (бирон воқеа ёки ҳодиса тўғрисида) узатишга қаратилади. Маълумки, материалнинг информацион жанрга мансублиги унда *нима? қаерда? қачон? ва баъзан қандай?* деган саволларга жавобнинг мавжудлиги билан белгиланади. Мақола чуқурлашиб,

²² *library.ziyonet.uz/uploads/books/.../53d09a76c7466.doc*

²³ *Босма ОАВ таҳририятлари учун ўқув қўлланма. II қисм Журналистикада жанрлар таснифи. Муаллиф Н.Қосимова 16 бет Тошкент 2008*

нима учун? *нима сабабдан?* каби саволларга аниқлик киритилганда, у тахлилий жанр жиҳатларига эга бўлиб боради.

Информацион интервью²⁴. Барча ахборот жанрлари каби информацион интервью ҳам Интернетга осон мослашиб, бирор воқеа ходиса ёки вазият тўғрисида (уни тахлил этмасдан) ахборот беришни мақсад қилиб кўяди. Аммо газета ва журналларнинг услуби талабидан фаркли равишда виртуал муҳитда ундаги савол -жавоблар тили максимал даражада соддалаштирилган, сўзлашув услубига хос бўлиши мумкин.

Бундан ташқари матбуот, телевидение ва радио тўлқинига нисбатан ахборот сайтларида бериб борилаётган интервью жуда қисқа ва лўнда ифодаланган, ё бўлмаса, Интернетнинг «чексиз» майдондан келиб чиқиб жуда катта ҳажмда (бу хусусият кўпроқ махсус сайтларга тааллуқли) ҳам бўлиши мумкин.

Репортаж.²⁵ ТВ, радио, газета ва журналларнинг энг оммабоп жанрларидан бири бўлмиш репортаж, Интернет муҳитида ҳам оммалашган услуб саналади. Бу ерда унинг ташкилий ва ижодий жиҳатлари жиддий ўзгаришларга учрамайди, кўпинча у анъанавий ОАВнинг электрон саҳифаларидаги оригинал материалнинг кўчирмаси сифатида намоён бўлади.

Аммо, охириги пайтларда такомиллашган мультимедиа технологиялари ҳамда радио, телевидение, матбуот ва информацион технологияларнинг кўшилиши натижасида юзага келган қулайликлар, шунингдек, мумтоз журналистика ёндашувларини ўз ичига мослаштирган, воқеа содир бўлган жойдан «тўғридан-тўғри» эшиттириш олиб бораётган маҳоратли on-line репортёрлар гуруҳининг шаклланиб бораётгани ҳақида тўхталмай бўлмайди, албатта. Таъкидлаш жоизки, улар Интернет салоҳиятидан максимал даражада

²⁴ Босма ОАВ таҳририятлари учун ўқув қўлланма. II қисм Журналистикада жанрлар таснифи. Муаллиф Н.Қосимова 22 бет Тошкент 2008

²⁵ Босма ОАВ таҳририятлари учун ўқув қўлланма. II қисм Журналистикада жанрлар таснифи. Муаллиф Н.Тошпўлатова 18 бет Тошкент 2008, , Ж.А.Кримски. Репортаж, материалларнинг ёзилиши ва таҳрир қилиниши асослари. Т., 2003 й., 49-бет

фойдаланишга интилади ва мазкур жанрнинг мавжуд барча имкониятларини қўллашга ҳаракат қилади.

Бу ишнинг самарасини бирма-бир санаб ўтамиз. Интернет тармоғи орқали узатиладиган репортаж жанридаги информацион материалларнинг оригиналлиги, ўзига хослиги уларда кузатув усулидан самарали фойдаланганлигида дейиш мумкин. Ишнинг натижаси матн, видео ва аудио уйғунлигида яратилган репортажлар мисолида акс этади. Репортаж яратиш вақтида on-line ҳолатда ишловчи репортёр билан унинг анъанавий ОАВсида фаолият юритувчи ҳамкасбининг олдига қўядиган мақсадлари бир, у ҳам бўлса, томошабин, ўқувчи ёки тингловчида, «воқеа иштирокчиси» хиссисини шакллантиришдир.²⁶ Бунга у воқеалар кетма-кетлигини узмаган ҳолда, тезкор ахборот бериб бориш орқали эришилади. Аммо on-line журналист, ўз ҳамкасбидан фарқли равишда, фактларни айна пайтда содир бўлаётган ҳодисалар орқали узатиш имконига эга. Бунинг учун у телевизион журналистикадаги каби ахборот дастури вақтини кутиши, ё бўлмаса радиодаги каби узатилаётган бошқа дастурни тўхтатишига эҳтиёж туғилмайди.

On-line репортёр учун маълум воқеани акс эттириш ёки бирор вазиятни ёритиш билан биргаликда аудиториянинг ушбу мақоланинг муносабатини билиш ҳам муҳим аҳамият касб этади. Ва у барча ижодий изланишларини ушбу вазифани уддалаш ва мақсадига эришишга қаратади, яъни у воқеани ривожланиб бораётган пайтида акс эттиради, шунингдек, вазият билан танишиш пайтида юзага келган кечинмаларни батафсил тасвирлашга уринади. Бунда журналист қуйидаги услубларни қўллайди:

- айна пайтдаги воқеа ривожланишини акс эттириш.

Бу хил репортаж қилиш усули маълум вақт оралиғида доимий ривожланиб, ўзгариб бораётган вазиятни ёритишда ишлатилади. Масалан, Югославиядаги ҳарбий можаро, Афғонистондаги антитеррористик операция,

²⁶ С.М.Гуревич. Газетадаги репортаж. М., 1963. 5-31 бетлар

Ироқдаги Саддам Хусайнга қарши иттифоқнинг ҳарбий ҳаракатлари тўғрисида тезкор ахборот бериш;

- вазият билан танишиш вақтида юзага келган кечинмалар. (уруш ва болалар, кочоқлар лагери ва ҳоказо).

Бундай йўл воқеа жадал ривожланмаган ёки ундан кейинги бирор натижани акс эттирувчи ходисаларни ёритишда қўлланилади.

On-line репортажда ҳам, анъанавий ОАВдаги каби, вазиятни табиий ва аниқ акс эттириш фақат хабар бериш вазифасини бажаради. Бадиий публицистик услубда бу йўл стандартлаштириш ёки умумийлаштириш мақсадида ишлатилади. Таҳлилий материалларда эса бундай ёндашув муаллифнинг мураккаблаштирилган хулосаларига енгиллик ва соддалик киритиш учун қўлланилади. (бундай материаллар таҳлилий жанрлар ёритилган бўлимда батафсил кўриб чиқилади).

Информацион корреспонденция ва информацион ҳисобот. Информацион корреспонденция баъзи кўзга кўринарли хусусиятлари билан бошқа ахборот-таҳлилий жанрлар (масалан, кичик мақола ҳамда унинг анонс, қисқа хулоса каби турлари) дан ажралиб туради. Кўпинча у рўй бораётган ҳодиса, юзага келаётган вазият, қолаверса, барча содир бўлаётганларни батафсил ва тўлиқ таърифлашдан иборат. Интернет ахборот ресурсларининг таҳлили виртуал муҳитда корреспонденция жанрида яратилган материалларнинг иккита шакли мавжуд эканини кўрсатади. Корреспонденциянинг биринчи кўриниши у ёки бу воқеани ҳақиқий фактлар асосида акс эттиришга қаратилади. Иккинчи шаклида эса муаллиф материалга вазиятнинг қандай ўзгариши ҳақидаги мулоҳазалари, огоҳлантирувчи иборалар кейинги репортажнинг баъзи тафсилотлари каби «жонлантирувчи» қўшимчаларни киритади. Бунда on-line журналистнинг мақсади, аудиторияга ўзаро алоқадор сабаб ва натижалар, мазмун ва моҳиятни чуқур ёритмаган ҳолда воқеани қандай бўлса шундайлигича етказишдан иборат. Бу борада, Интернет журналист ва унинг оддий ОАВдаги ҳамкасби ўртасида жиддий тафовут сезилмайди. BBC, CNN каби

компанияларнинг анъанавий эфирда ўтган инфор­мацион материалларнинг мазмуни бўйича ўз электрон нусхаларидан катта фарқ қилмаслиги бундан далолат берадн. Замонавий журналистика назариётчиларидан бири таъкидлаганидек, журналист учун «акс этири­лаётган ходисанинг бирламчи, асосий жиҳатлари» тўғрисида гапириб ўтиш муҳим аҳамиятга эга. Бу дегани, «янгилик, илмий кашфиёт ёки янги амалий тажриба» тўғрисида хабар қилишдир. Худди шундай манзара on-line муҳитда ҳам кузатилади.

Инфор­мацион корреспонденция ва репортаж ўртасида ташқи ўхшашлик бор бўлишига қарамай, уларнинг муҳим ўзига хослиги мавжуд²⁷.

Булар:

- корреспонденцияда юқорида on-line репортаж жанри таҳлил этилганда далил сифатида келтирилган «воқеа иштирокчиси» хиссини шаклантириш мақсад қилиб қўйилмайди. Демак, у воқеани бирма-бир, батафсил акс эттирмайди.
- корреспонденция воқеа, вазият ва жараёнлар ҳақида «қурук» ахборот етказишга қаратилган.
- корреспонденция тайёрлаётган мухбир учун энг муҳими воқеанинг мазмун-моҳиятини баён этиш бўлса, репортёр учун уни таъсирчан ва аниқ акс эттириш аҳамиятлидир.

Ҳисоботда маълумот, ахборот, фикр, тажриба, нуқтаи назарлар билан ўзаро алмашиш шаклида ўтказилган тадбир аксарият жанрларга хос бўлмаган тарзда баён қилинади. Бундай воқеалар қаторига журналистлар конференция» сессиялар, йиғилиш ва форумлар, семинар ва work shopsларни киритади. Уларнинг натижаси одатда мурожаатнома, келишув, сертификат топшириш, тегишли қарорлар қабул қилиш каби якуний ҳужжатлардан иборат бўлиб, муаллифнинг вазифаси булар ҳақида ҳисобот беришдир²⁸.

²⁷ Босма ОАВ таҳририятлари учун ўқув қўлланма. II қисм Журналистикада жанрлар таснифи. Муаллиф Н.Қосимова 25 бет Тошкент 2008

²⁸ Босма ОАВ таҳририятлари учун ўқув қўлланма. II қисм Журналистикада жанрлар таснифи. Муаллиф Н.Қосимова 18 бет Тошкент 2008

Материал устида ишлаётган интернет журналист газета ҳисоботи учун қўлланиладиган воситалардан фойдаланади. Ҳисоботда кишиларнинг исми шарифи, уларнинг лавозими аниқ келтирилади, ташкилотчи, иштирокчи ҳамда лойиҳаларга эътибор қаратилади.

Анъанавий ОАВда ишлаётган журналист ҳисоботида ноаниқлик ёки нотўғрилиқка йўл қўядиган бўлса, у ўз мансабига путур етказди. Вақт, макон ва жуғрофий жиҳатдан чегараларга эга бўлмаган тармоқ тартибга солинмайди, шу боис у нотўғри фикр шакллантирувчи маълумотлардан қафолатланмаган. Айнан шунинг учун таҳаллус остида ёки ўз исмини яшириб (бундай амалиёт Интернетда тез-тез учраб туради), ҳисобот ёзадиган on-line муаллифлар баъзан ҳамкасби дуч келадиган салбий оқибатлардан сақланиб қолиши мумкин. Лекин шунда ҳам у ўз шуҳратининг пасайишидан сақлана олмайди, негаки тайёрланган маълумотларда ноаниқлик ва бепарволикни пайқаган мижозлар кейинчалик унинг сайти ёки саҳифасини четлаб ўтади, у ўз аудиториясини йўқотади.

Журналистика ва коммуникативистика назарияси соҳасининг машҳур тадқиқотчиси А.А.Ворошилов кичик мақолани қуйидагича таърифлайди: «Кичик мақола ҳисоботда бўлгани каби, қисқалик, лўндалик, тасвирлаш воситаларининг кам қўлланилиши хосдир. Кичик мақола — бу тезкор газета хабарининг энг содда шакли бўлиб, унинг негизида муҳим, тезкор, ижтимоий жиҳатдан аҳамиятли факт ётади. Кичик мақола янгилик ва қисқалик хусусиятлари билан ифодаланади». Баъзи тадқиқотчилар, кичик мақоланинг тури ҳам ҳар хил бўлиши мумкин, деб эътироф этади. Бунинг барчаси, виртуал—ахборот муҳитига максимал равишда мослашиб, пировардида ноёб натижаларни бермоқда.²⁹

²⁹ Дилдора Рашидова, Нозима Муратова. Интернет журналистика. Тошкент 2007.

Виртуал тармоқ давлат органлари ва ҳукумат идоралари, ҳарбий ва жамоат манбалари, халқаро ташкилотлар экспертлар ва архив ресурсларига очилган тезкор ва самарали йўл бўлгани туфайли салмоқли материаллар ҳажмини жалб этиши; мақолада ишлатиладиган маълумотларни қўлга киритишда аудитория билан ўта тезкор алоқа ўрнатиш имконияти — бу омилларнинг барчаси мазкур жанрнинг интернетда жадал ривожланиб кетишининг сабабларидан ҳисобланади. Жанрнинг хусусияти шундаки, бу каби материалларда келтирилган ахборотнинг манбаи тўғрисида қисқа маълумот бериш кифоя.

Интернетдаги кичик мақолада воқеалар, натижалар, вазият ва инсонлар тўғрисида аудиторияга тезкор (янгиликлар мақомида) ахборот бериш муҳим аҳамият касб этади. Маълумки, ўз режаларини амалга ошириш ва эҳтиёжларини қондиришга йўналтира оладиган инсонлар ахборотни (бу ерда аниқ ва тўлиқ ахборот тўғрисида гап кетмоқда) ўзига хос капитал, яъни катта кучга айлантириши мумкин. Фактлар, баҳолар, тахмин ва прогностлардан иборат бундай маълумотлар ўзаро қўшилиши провардида кенг қамровли ва ҳар томонлама ёритилган материал сифатида гавдаланади³⁰. Бошқача қилиб айтганда, тармоқдаги муфассал ахборот турли жанрлардаги материаллар бирлашиб кетишининг маҳсулидир. Фақат шу ҳолда ахборот борлиқнинг кўпгина жабҳаларини қамраб олиб, муаллиф томонидан қўйилган устувор мақсадларни амалга оширади ҳамда ўз информатсион мазмунга эга бўлишга қодир бўлади.

Интернет тармоғида кичик мақоланинг деярли барча турлари (воқеа тўғрисидаги мақола, анонс, аннотация, кичик рецензия, блиц—тасвир ва бошқалар) мавжуд бўлиб, on-line журналистлар томонидан ҳар хил даражада қўлланилади.

Маълумки, замонавий журналистика назариясида таҳлилий жанрлар таҳлилий ҳисобот, интервью, корреспонденция сўров, суҳбат, шарҳ, мониторинг, рейтинг, рецензия, мақола журналист текшируни, ОАВ шарҳи,

³⁰Рашидова Д., Муратова Н. Интернет журналистика. Тошкент 2007. 8-бет.

прогноз, пресс-релиз каби услубларга таснифланади. Улар орасида таҳлилий ҳисобот, интервью, корреспонденция, рейтинг, мониторинг, рецензия, мақола, ОАВ шарҳи ва пресс-релиз кабилар эса анча кенг тарқалгандир.

Таҳлилий ҳисобот, интервью ва корреспонденциянинг информацион жанрлардан асосий фарқи таҳлил заминида яратилган мақолаларнинг фақат ахборот етказиш функцияси билан чекланмай, бир мунча кенг камровли эканидир. Масалан, информацион ҳисобот кўпрон мутахассислар иштирокида ўтказилган у ёки бу йиғилиш, анжуманнинг қай тарзда кечаётгани тўғрисида хабар беришга қаратилган бўлиб, вазиятни ёритувчи on-line журналист асосий ахборотни узатишга эътибор беради. Таҳлилий ҳисоботда эса, аксинча, журналист ўз сайъ-ҳаракатларини муҳокама этилаётган соҳа ва йўналишнинг муҳим муаммоларини акс эттирувчи турли нуқтаи назарлар, фикр ва мулоҳазалар, қараш ва эътирозларнинг ўзаро боғлиқлигини аниқлашга интилади. Бундай солиштириш ва таққослаш асосига қурилган on-line ҳисобот сўзга чиққанларнинг баҳсини ифодалайди, кўрилаётган муаммоларни ҳал қилинишда уларнинг аҳамиятини белгилайди. Шу тарзда, кенг ёритилаётган муҳокама ва баҳслар эътиборни аудиториянинг турмуш тарзига таъсир этиши мумкин бўлган саволларга қаратади ва тингловчи, томошабинларнинг даққатини ўзига жалб этади. Таҳлилий ҳисоботда кўтарилаётган масала юзасидан билдирилган фикрларнинг реал вазиятдан қай тарзда фарқланишини акс эттириш ҳам муҳим жиҳат саналади. Интернетнинг ахборот ресурсларига хос яна бир муҳим жиҳат эътиборга лойиқ. Тармоқ — бу бутун дунё аудиторияси ва ОАВ жалб этилган глобал тизимдир, шу сабабдан, бу ерда таҳлилий жанрда яратилган аксарият материалларнинг туси бирмунча ўзгаради. Бундай мақолалар асосан халқаро аудитория учун аҳамиятли бўлган глобал ва халқаро миқёсдаги воқеаларни акс эттирувчи мавзуларда бўлади. Таҳлилий корреспонденция воқеанинг муҳим бир томони ёки бирор фактни қайд этади, қолган тафсилот ва қарашлардан эса танланган фактни акс эттириш ва таҳлил қилиш учун кўмакчи восита сифатида фойдаланади. Бунда бир қатор омиллар, жумладан,

сарлавҳанинг танланиши ва баён этиш кетма-кетлиги таҳлилий корреспонденцияни мақола жанридан ажратувчи тафовут бўлиб хизмат қилади.

Охирги 10 йилликда тизим матбуотида ўзига хос жанр – интернет кундалик (блог) кенг тарқалди. Ушбу жанрнинг пайдо бўлиши www.livejournal.com порталининг тарқалиши билан боғлиқ. Livejournal ICQ дан кейин глобал коммуникацион лойиҳага айланди. Ушбу журнал шахсий кундаликни очиб исталган ҳажмдаги дўстлар доирасида ёзишма олиб борилиши учун яратилган эди. Лекин кейинчалик биргаликда турли лойиҳалар яратилишида восита ўрнини эгаллади.

Шунингдек, АҚШ да Блог.ком сервиси пайдо бўлиб, бир журналистнинг ахборот нашри амплуасини ўзида акс эттиради. Ушбу феномен рамзларига Држ Рпорт қаҳрамонининг сайти ва йирик Гарб нашрларининг журналистик саҳифаларига айланди. Бирор бир воқеанинг ёки шахсларнинг блогларда муҳокама қилиниши жамоатчилик томонидан нақадар қизиқарлилиги ва долзарблигини билдиради. Интернет кундаликларидаги материалларинини бошқа нашрлар билан таққослайдиган бўлсак, эссе жанрини эслатади, лекин ахборотда мақола элементлари мавжуд. Уларда муаллифнинг аниқ позицияси ва ёрқин ифодаланган субъектив табиати етакчилик қилади. Айни пайтда барча фикрлар маълум бир муаммо факт ёки ҳодисага бағишланади. Тузилишига кўра, блоглар қисқа хабарни эслатади. Шундай бўлсада, интернет журналистиканинг бу жанри тўлиқ ўрганилмаган ва назариётчилар фикрича, бутун дунё ўргимчаги келажаги бўлиб хизмат қилади.

Ўзбек сайтларида ҳам маълум бир соҳага қаратилган интернет нашрларини учратасиз.

1.3 Веб-тармоқда интернет журналистининг мақсад-вазифалари

Ахборот олиш бутун дунёда журналистлар фаолиятининг энг муҳим муаммоси ҳисобланади. Шунга асосан, мамлакатни демократик янгилаш ва модернизациялаш, очик фуқаролик жамияти яратишнинг ана шу энг муҳим йўналиши - давлат ва бошқарув органлари фаолиятининг шаффофлигини таъминлаш, кенг жамоатчилик ва аҳолига Ўзбекистонда ўтказилаётган сиёсий, иқтисодий ва ижтимоий ислохотлар ҳақида мунтазам ахборот бериб боришдан иборатдир. Бу борада энг фаол бўлган Интернет нашрда фаолият юритаётган журналистнинг бир қанча вазифалари мавжуд³¹.

1. Янгиликларни баҳолаш. Янгиликларни танлаш ва уларни баҳолаш журналист кундалик фаолиятидаги энг қийин юмушлардан бири ҳисобланади. Янгилик биринчи галда:

Янги бўлиши керак. Янгилик қанчалик долзарб бўлса, унинг қиймати шунга мос равишда ортади. Воқеа бўлиб ўтганидан бери қанча кўп вақт ўтган бўлса ўқувчиларнинг унга қизиқиши шунчалик камайиб бораверади;

Илгари маълум бўлмаган бўлиши керак. Кенг жамоатчилик оммасига маълум бўлмаган воқеа-ҳодисани фош этиш, агар у анча илгари юз берган бўлса ҳам янгилик ҳисобланади;

Аудиторияга яқин бўлиши керак. Бизга ҳам географик, ҳам маданий нуқтаи назардан яқин бўлган воқеа-ҳодисалар олисдагиларига нисбатан кўпроқ қизиқиш уйғотади. Аудитория билан воқеа содир бўлган жой

³¹ Н.Қосимова “Интернет журналистикаси янги соҳа” Ўзбекистон матбуоти журнали.. 2010 йил №1сон

ўртасидаги масофа қанчалик олислаша борса, янгиликнинг қиймати ҳам шунга тескари равишда пасая боради;

Ўзига хос, кутилмаган бўлиши керак. Тасаввур килинг, самолётнинг ҳалокатга учрагани янгилик, аммо ўша самолётнинг аэропортгача учиб келгани янгилик бўла олмайди. Итни тишлаб олган одам ҳақидаги ҳикояни катта янгилик сифатида баҳолаш мумкин, аммо одамни ит тишлагани ҳақидаги ҳикоя янгилик бўлолмайди. Ўзига хос, кутилмаган воқеа - ходисалар кўнгилочар йўналишдаги яхшигина янгиликка мавзу бўла олади;

Турғун бўлиши керак. Баъзида биз атрофимиздаги турғунлик ҳолати ҳам янгилик бўлиши мумкинлигини ҳаёлимизга келтирмаймиз. Масалан, Орол фожеаси, у ҳал этилмас экан, янгилик сифатидаги қийматини ҳеч қачон йўқотмайди. Чунки бу борада амалга оширилаётган ишлар ҳар доим одамлар томонидан қизиқиш билан кузатиб борилади;

Шахсларга йўналтирилган бўлиши керак. Ҳаммага яхши маълумки, машҳур кишилар ҳақидаги мақолалар, янгиликлар омма томонидан ҳеч ким танимайдиган ёки кўпчиликка таниш бўлмаган одамлар ҳақидаги ҳикоялардан кўра кўпроқ қизиқиш билан қарши олинади;

Қизиқарли бўлиши керак. Янгилик ўзи мўлжалланган аудиторияда қизиқиш уйғотиши керак. Вақт нуқтаи назаридан чўзилиб кетган воқеалар ҳақида янги маълумотлар келиб тушишига қараб босқичма-босқич ҳикоя қилиб бориш керак;

Шахсий (тахририятда тайёрланган) бўлиши керак. Кўпгина тахририятлар биринчи навбатда ўз ходимлари томонидан тайёрланган янгиликларга саҳифалардан жой ажратишга ҳаракат қилишади. Бу табиий ҳол, албатта. Бу нарса тахририятнинг фаоллигини кўрсатувчи мезонлардан бири саналади. Аммо бошқа манбалардан олинган янгиликларнинг йўлини ёпиб қўйиш ҳам тўғри бўлмайди;

Муҳим бўлиши керак. Янгиликларни танлаб олишда муҳбир соғлом фикр билан иш юритиши керак. Журналистика демократик жамият томонидан ўзига юклатилган вазифаларни бажариши учун ҳақиқатдан ҳам

одамлар, уларнинг турмуш тарзи, мамлакат ичкарасида ва дунёда рўй бераётган воқеа-ҳодисаларни тушуниши ва талқин этиши учун муҳим саналган воқеаларни ёритиши керак³².

"...Ҳар қандай янгиликлар сайтининг мақсади ўз фойдаланувчиларига муҳим ахборотларни энг самарали, қизиқарли ва фойдали шаклларда етказиб беришдан иборат бўлиши керак. Он-лайн учун мақолаларни ёзиш жараёни анъанавий журналистикадан деярли фарқ қилмайди. Озгина фарқ эса Интернетнинг ўзига хослиги билан боғлиқдир.

Веб-сайтларнинг ўзига хослиги³³. Агар Сиз фақатгина веб-сайтда жойлаштириш учун мақола ёзаётган бўлсангиз, уни тахририят сиёсатидан келиб чиққан ҳолда истаганингиздек ёзишингиз мумкин. Агар у медиа-холдинг таркибига кирса ёки телеканал билан боғлиқ бўлса, ёхуд босма нашрнинг Интернет нусхаси бўлса, шунга мос равишда иш тугилади.

Чекланмаган макон. Бир вақтлар Интернетнинг афзалликларидан бири маконнинг чекланмаганлиги деб баҳоланарди, яъни журналистлар Интернет учун мақолаларни исталган ҳажмда ёзишлари мумкин деб ҳисобланарди. Бу бир томондан тўғри. Аммо мана шу макон эркинлигидан тўғри фойдаланилмаса, мақола сунъий равишда "шиширилиб", мақсад ва мавзудан чиқиб кетиши, ўқувчини зериктириб қўйиши мумкин. Янгиликлар маълум бир қолипга солинган услубга эга бўлиши керак. Улар ҳар доим қисқа, аниқ ва лўнда ёзилиши лозим. У ёки бу воқеа-ҳодиса ҳақидаги мақолада эса мавзунини батафсил таҳлил қилиш мумкин.

Мақоланинг тузилиши³⁴. Сарлавҳа оддий ва тушунарли бўлиши керак. Агар у грамматик жиҳатдан қисқа гап шаклида бўлса яна ҳам яхшироқ. Мақоланинг ўзи эса бир қатор хатбошиларга бўлинган гаплар тизмасидан иборат бўлади. Ҳар бир гап битта фикрни ифодалашини керак. Кейинги гаплар эса олдингисини янги ахборот билан тўлдириб бориши

³²Н.Қосимованинг Интернет журналистикасининг технологик асослари. 4-боб 43 бет "Art paper business"

³³ "The Guardian" journal // www.guardian.com

³⁴ Н.Қосимованинг Интернет журналистикасининг технологик асослари. 4-боб 45 бет "Art paper business"

лозим. Сиз 100 та сўз ёзганингизда мақоланинг асосий элементлари баён этиб бўлиниши керак. Қолган 400 та сўз эса (Интернетдаги янгиликлар учун 500 та сўз энг маъқул

шаклдир), иқтибос (цитата)лар, рақам ва фактлар, таҳлиллар воситасида воқеани тушунтиришга хизмат қилади.

Бир нечта мақолада баён этилган воқеа -ходиса. Агар сиз ўзингиз тайёрлаётган янгилик хабарида 500 тадан ортиқроқ сўз ишлатиш зарурати бор, деб ҳисобласангиз, қуйидаги техникани қўллаб кўринг: ҳамма фактларни ёйиб ташланг ва уларни кичик-кичик, аммо ўзаро боғлиқ қисмларга бирлаштиришга уриниб кўринг. Шунда уларнинг ҳар бири алоҳида мақола шаклини олади. Натижада асосий фактлар дастлабки 500 та сўзда ифодаланади, аммо ўша саҳифада мазкур воқеа ҳақида ҳикоя қилувчи бошқа мақолаларни қайд этувчи линклар берилади. Натижада фойдаланувчининг эътиборига битта йирик ҳажмли мақола эмас, балки бир-бирини тўлдирувчи бир нечта мақола тавсия этилади.

Ажратмалар, матн, хронология, маълумот³⁵. Ажратмалар технологиясидан фойдаланиб, ўқувчилар диққатини энг муҳим фактларга қаратиш, уларда мақоланинг мазмунини тўлдирувчи маълумотларни жойлаштириш мумкин. Сайтнинг бош саҳифасида жойлаштирилган ажратма куннинг энг муҳим воқеаси ҳақида хабар бериши ҳамда мавзуга оид ахборот жойлаштирилган саҳифага олиб кириши мумкин.

Расмлар. Мақоланинг асосий фактларини расмлар билан чиройли тарзда тўлдириш мумкин. Улар яхши ёзилган матн ўрнини босолмайди, аммо унинг муҳим ўринларига урғу бериши ва ажратиб кўрсатиши мумкин. Масалан, 2000 йил август ойида Россиянинг "Курск" номли атом сувости кемаси ҳалокатга учраганда янгиликлар веб-сайтларидан бири мазкур воқеага бағишланган махсус рукн очиб, унга оддийгина иккита расмни жойлаштирган эди. Уларнинг бирида сувости кемаси йўловчи самолёт ёнида, иккинчисида эса денгиз тубида ётган кема ва Эйфель минораси акс этган эди.

Шу расмларга қараб, сайт фойдаланувчиси кеманинг катталигини ҳамда у Баренц денгизида қандай чуқурликда ётганини билиб олиши мумкин эди.

Фотосуратлар ва уларга тагсўзлар³⁶. Фотосуратлар, айниқса, бош саҳифага жойлаштирилганлари ўқувчилар эътиборини тортадиган бўлиши керак. Худди газета ёки журналдагидек суратда акс этган одам (одамлар) мақолага тескари томонга қараб қолмаслиги лозим. Суратнинг тагсўзи эса унга аниқлик киритиши ва қизиқишни орттиришга хизмат қилиши керак.

Ташқи линклар³⁷. Тадқиқотларнинг кўрсатишича, айрим ўқувчилар томонидан линклар мақолаларнинг энг муҳим элементларидан бири сифатида қабул қилинар экан. Линкларга мақоланинг бир қисми сифатида қараш керак. Улар айтилган гапни такрорлаш учун эмас, балки қўшимча маълумот бериш учун қўйилади³⁸.

Ички линк. Фойдаланувчига ўзини қизиқтирган ахборотни топишида ёрдам бериш ёки қўшимча маълумотлар тақдим этишнинг йўлларида бири ички линк ҳисобланади. Бошқача айтганда, уларда Сизнинг мақолангизга урғу берилади. Фойдаланувчи саҳифани тарқ этмай туриб, керакли сўзни чақириб, зарур маълумотни олиши мумкин бўлади. Ҳажми катта таҳлилий мақолаларнинг бош қисмига мақоладаги энг муҳим ўринларга урғу берувчи бир нечта линкларни жойлаштириш маъқул бўлади.

Махсус лойиҳалар. Баъзида воқеа шу қадар муҳим бўладики, унинг учун махсус рукн очилади ва у "Махсус лойиҳа" ёки "Махсус рукн" деб номланади. Одатда воқеа жуда катта қизиқиш ва эътиборга сазовор бўлганда ва таҳририятда унга бағишланган мақолалар кўп бўлганда шундай йўл тутилади. Масалан, Ироқдаги уруш, Европа Иттифоқининг кенгашиши, экологик талафот ва бошқалар. Махсус лойиҳаларда хабарлар, таҳлилий мақолалар, фотосуратлар, суратлар галереяси, интерактив овоз бериш ва бошқа шакллардан аралаш ҳолда фойдаланилади.

³⁶ "The Guardian" journal // www.guardian.com

³⁶ Н.Қосимованинг Интернет журналистикасининг технологик асослари. 4-боб 45 бет "Art paper business"

Фойдаланувчиларни жалб этиш³⁹. Интерактив форум ёки овоз беришни ташкил этиш йўли билан фойдаланувчиларни суҳбатга жалб этиш мумкин. Масалан, ВВСнинг Интернет хизмати 1999 йилда Туркияда юз берган zilzila пайтида форум ташкил қилди. Ўшанда халқаро алоқа линияларига зарар етгани боис хориждан Туркияга қўнғироқ қилишнинг имкони йўқ эди. Аммо мамлакатнинг ўзида телефонлар ишлаб турганди. Дунёнинг турли минтақаларида яшовчи кишилар Туркиядаги қариндош-уруғларининг тақдирдан хавотирланиб, мана шу форум орқали уларни топишга ҳаракат қилишган⁴⁰.

Хулоса ўрнида Мухтарам юртбошимиз Ислон Каримовнинг шундай сўзларини келтирмоқчиман:

“Журналист аҳлининг меҳнати, одамларга, жамоатчиликка таъсири ҳақида шахсан мен доим юксак фикрдаман. Матбуот минбаридан айтилган сўз қандай қудратли акс садо бериши мумкинлигини, унинг таъсири ва самарасини ошириш аввало сизларнинг маҳоратингиз, ижтимоий позитсиянгиз, инсоний ва ижодий фазилатларингизга, ҳамиша масъулият туйғўси билан иш олиб боришингизга боғлиқ эканини миллионлаб муштарийлар яхши билади ва сиздан айнан шуни кутади.

Ўз касбининг ҳақиқий устаси ва фидойиси бўлган, ўзининг ҳаққоний сўзи билан одамларни эзгу мақсадларга сафарбар эта оладиган, эл-юрт манфаати, халқимизнинг бугунги ва эртанги куни учун ёниб яшайдиган сиз, жонкуяр журналистларни мен ўзимнинг суянчим ва таянчим деб билишимни бугун яна бир бор айтмоқчиман⁴¹.”

⁴⁰ "The Guardian" journal // www.guardian.com

⁴¹ Ўзбекистон Республикаси Президентининг матбуот ва оммавий ахборот воситалари ходимларига табриги. 2011 йил 27 июн. www.press-servise.uz

II-БОБ. ИНТЕРНЕТ ЖУРНАЛИСТИКАСИДА ИХТИСОСЛАШУВ МАСАЛАЛАРИ

2.1 Санъатга йўналтирилган электрон нашрлар ва уларнинг оммавийлиги

Дунё тарихидаги биринчи электрон нашр 1990 йилда АҚШда ташкил этилган бўлиб, у «The Electronic Club» деб номланган.⁴² Бу воеқадан сўнг том маънодаги ахборот алмашиш бўйича инқилоб юз берди. Яъни, бир вақтлар одамлар учун ғоят муҳим бўлган кунлик тонги газеталарнинг аҳамиятини кескин пасайиб, ҳар дақиқада янги ахборотларни олиш мумкин бўлган электрон ахборот этказиш тизими даври бошланди. Бу мамлакатдаги ОАВларнинг асосий даромад манбаи ҳисобланган Реклама, эълон ва бошқа тижорий ишларни кунлик газеталардан интернет тортиб олди. Натижада 1995 йилнинг бошида электрон газеталар сони 100 та бўлган бўлса, 1996 йил бошида улар сони 815 тага етади. 1996 йил ўрталарида эса 1115 та бўлган, 1999 йилда AJRNewslink компаниясининг ўзигагина тегишли бўлган 4925 та тармоқ газеталари бор эди.

Ўзбекистонда эса илк интернет журналистикаси 1999 йилда ташкил топган бўлиб, бу Ўзбекистон Миллий ахборот агентлигининг uza.uz сайти эди. 2001 йилда Ўзбекистон Республикаси Ташқи ишлар вазирлиги ҳузурида “Жаҳон” ахборот агентлиги ташкил этилди ва мамлакат тарихидаги иккинчи электрон ахборот манбаига айланди. 2004 йилда эса “Туркистон”, 2006 йила “Ўзбекистан Тодай”, 2008 йилда “Олам”, 2009 йилда “кун.уз” каби интернет ахборот базалари вужувга келди. Бундан ташқари кўплаб шахсий сайтлар, муассасаларнинг расмий веб-сайтлари вужудга келди. 2015 йилнинг март ойи ҳолатига кўра Ўзбекистонда 40 дан ортиқ соф ахборот тарқатиш агентликлари фаолият олиб бормоқда. Уз тармоғидан эса 5000 дан ортиқ сайт фаолият олиб бораяпти. Бу жараёнда ахборотлар асосан “Жамият”, “Сиёсат”,

⁴² www.wikipedia.ru

“Иқтисод”, “Маданият”, “Хориж” ва бошқа кўплаб номдаги рубрикалар асосида чоп этилмоқда.

Бугун ўртача ҳисобда 31.5 миллионлик Ўзбекистон аҳолисининг кариб 65 фоизи ўзлари учун керакли бўлган ахборотларни интернет тармоғидан олишар экан.

Узнетнинг медиа секторида икки тоифадаги нашрларни кузатиш мумкин. Биринчиси – ўзларининг электрон намуналари билан бутунжаҳон ўргимчак тўрига кириб борган анъанавий ОАВларнинг эволюцияси натижасида юзага келган. Бошқаси – асл тармоқли бўлиб, аввал бошдан веб-технологиялар базасида юзага келди ва айни пайтда ҳам Интернет маконида фаолиятини давом эттирмоқда.

Биринчи тоифани шартли равишда қуйидаги гуруҳларга ажратиш мумкин:

1) Анъанавий ОАВларнинг эквивалент нусхалари ёки «клонлар»и. Одатда «клон» қуйидагича яратилади: газетанинг кундалик нусхаси олиниб, веб-сайтга жойлаштирилади. Бу ўринда мазкур Интернет-нашрнинг на мақсадга мувофиқлиги, на иқтисодий томонлари, на аудиторияси эътиборга олинмайди. Ўзбекистондаги аксарият газета ва журналлар аллақачон ўзларининг тармоқдаги нусхаларига эга. Мустақил босма оммавий ахборот воситалари ва ахборот агентликларини қўллаб-қувватлаш ва ривожлантириш жамғармаси шу мақсадлар учун махсус грантлар ажратган эди. Жамғарманинг www.mmf.uz сайтидан яратилган сайтларнинг Интернет-манзилларини топиш мумкин. Яқиндан танишиб чиқилганда Ўзбекистондаги аксарият газета ва журналларнинг тармоқдаги нусхалари учун бир хилдаги камчиликлар хос эканлигини кўриш мумкин. Одатда Интернет-нусхалар фақатгина нашрнинг босма нусхаси чоп этилгандан кейингина янгиланади ёки бутунлай ўз ҳолига ташлаб қўйилган. Хатто, бош саҳифасидан ярим йил олдинги янгиликлар ҳали ҳам жой олиб турган Интернет нашрларни кўриш мумкин. Баъзан эса сайтнинг бош саҳифасида кўплаб рукнлар («Иқтисодиёт», «Сиёсат», «Таълим» ва бошқалар) мавжуд бўлса-да, амалда уларнинг бир-иккитасидагина мақолаларни учратиш мумкин, холос.

«Клон»ларнинг яна бир муаммоси материалларнинг Интернет аудиторияга мослаштирилмасдан жойлаштирилишидадир. Агар газета ёки журналда кенг маъноли сарлавҳа ва рукнлар одатий ҳол ҳисобланса, Интернет-сайтда улар аниқ бўлиши талаб этилади. Битта саҳифада катта матннинг берилиши ҳам уни ўқишни қийинлаштиради. «Правда Востока» газетасининг веб-сайти - www.pv.uz мана шундай ҳолатни кузатиш мумкин. Унда мақолалар хатбошиларга ажратилмасдан, майда ҳарфларда жойлаштирилади. Бирорта ҳам материалга суратлар илова қилинмайди. Фақат камдан-кам нашрларгина тармоқнинг интерактив имкониятларидан самарали фойдаланишмоқда: мақолаларда линклар, RSS-жўнатиш имконияти мавжуд бўлади, форумда мақолаларни таҳлил ва муҳокама қилиш мумкин. Бунинг боиси шуки, Ўзбекистон ОАВлари ҳали ўзларининг Интернетдаги иштирокларининг бутун аҳамияти ва заруратини, ўзлари учун сайт нега кераклигини тўла англаб етишганича йўқ. Амалда Интернет-нусхани яратиш касбий ёндошувни ва маълум сарф-харажатларни талаб қилади. Аслида таҳририятда веб-сайтни ишлатиш, янгилаб бориш ва унда жойлаштириш учун материаллар тайёрлаш билан шуғулланадиган махсус бўлим фаолият олиб бориши керак. InfoCOM.UZ журнали таҳририятида иш мана шу тартибда ташкил қилинган. Нашрнинг Интернет-нусхасини мустақил, маҳорат билан яратилган ва фаолият олиб бораётган веб-лойиҳа сифатида баҳолаш мумкин. Агар журналнинг ўзи ойда бир марта нашр этилгани боис материалларни ўқувчиларга етказишда тезкорлик бир қадар чекланган бўлса, Интернет-нусха ана шу бўшлиқни тўлдиради. Журнал таҳрир ҳайъати раиси А. Сучковнинг таъкидлашича⁴³, InfoCOM.UZ журналининг электрон-нусхаси иқтисодий жиҳатдан зарар келтирар экан. Аммо таҳририятда унинг ёрдамида кундалик янгиликларни тезкор эълон қилиб бориш ва шу орқали ўқувчилар аудиториясини кўпайтириш мумкин, деб ҳисоблашади.

Uzbekistan Today (www.ut.uz) газетасининг Интернет-нусхасини яхши

⁴³Медиафорум. Роль современных информационно-коммуникационных технологий в деятельности печатных СМИ и перспективы развития интернет-ресурсов страны. Т.,2007

мисол тариқасида келтириб ўтишимиз мумкин. Сайт ёқимли оқ-мовий рангда безатилган, янгиликлар тасмаси мунтазам янгилаб борилади, янгиликларни RSS-жўнатиш имконияти, архив мавжудлиши, қулай навигация – Интернет-аудитория ўртасида муваффақият қозониш гарови бўлиб хизмат қилмоқда.

«Экономическое обозрение» (www.review.uz) журнали, «Новости Узбекистана» (novostiuzbekistana.st.uz), «Зеркало XXI века» (zerkalo21.uz) газеталарининг Интернет-нусхалари ҳам ёмон эмас.

Яқинда «Фан ва турмуш» илмий-оммабоп журналининг сайти - www.fvat.uz иш бошлади. Уни тўла маънода «гибрид»(дурагай) сайтлар сирасига киритиш мумкин. Бир қарашдаёқ сайт ўзининг чиройли ва ноанаъанавий дизайни, флеш-анимацияси, қизиқарли илмий маълумотларнинг кўплиги билан диққатни тортади. Фойдаланувчиларда мақолаларни муҳокама қилиш имконияти мавжуд. Сайтда иккита муаллифлик блоги бор: биринчиси бош муҳаррир Шухрат Эгамбердиевники, иккинчиси - «Занимательно о науке» («Фан ҳақида қизиқарли тарзда») деб номланади. Сайтнинг яна бир ўзига хослиги унда журналнинг янги сонининг кичрайтирилган нусхасини варақлаб кўриш имконияти бор. Умуман, сайт бемалол илмий Интернет-нашр номига даъвогарлик қила олади.

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

1) Ахборот порталлари–кўп тармоқли Интернет-хизматлар бўлиб, улар ахборотнинг узлуксиз оқими билан бир вақтда мавзулар, жанрлар ва сервисларнинг турли туман бўлишини назарда тутаяди. Gov.uz, яъни Ўзбекистон Республикасининг ҳукумат портали бўлиб, Интернетнинг глобал компьютер тармоғидаги асосий ва расмий давлат ахборот ресурсини ана шу тоифага киритиш мумкин. Портал давлат ҳокимияти органлари фаолиятининг функционал жараён ва тартибини қўллаб-қувватловчи, давлат ҳокимияти ва бошқаруви органининг электрон ҳамжиҳатлик

инфратузилмасининг тизимини ташкил этувчи қисм ҳисобланади. Gov.uz порталида хабарлар уч тилда: ўзбекча, русча, инглизчада жойлаштирилади.

Ўзбекистонда тадбиркорликнинг ривожланишига бағишланган bir.uz портали ҳам мана шу категорияга тааллуқли дейиш мумкин. Интернет-ресурс Ўзбекистон бизнес-инкубаторлари Ассоциацияси томонидан яратилган. Ресурс кичик ва хусусий бизнес субъектларига мўлжалланган тўлиқ ва долзарб маълумот ва ахборотларни эълон қилишга хизмат қилади. Шу билан бир вақтда портал кенг аудитория (талабалар, иқтисодчилар) учун ҳам фойдали бўлиши мумкин. Материаллар «Молиялаштириш», «Ускуналар», «Инновациялар», «Стипендия ва грантлар» каби тематик блоklarга ажратилган.

ЎЗА Миллий ахборот агентлигининг сайти www.uza.uz ни ҳам ахборот портали дейиш мумкин. 2007 йилда сайтнинг ўзбек, рус ва инглиз тилларидаги янгиланган нусхаси ишга туширилди. Биринчи марта порталдаги ўзбекча, русча ва инглизча саҳифаларда рукнлар бир хил кўринишга келтирилди. Саҳифаларда суратлар сони кўпайди. 2) Электрон газета ва журналлар. Улар оффлайн-нашрларга тақлидан маълум график асосида янгиланган турилади, янгилик характеридаги материалларга нисбатан таҳлилий материаллар кўпроқ жойлаштирилади. Ўзбекистоннинг ижтимоий-сиёсий ва социал-иқтисодий ҳаётига бағишланган Gazete.Uz (www.gzt.uz) тармоқ газетаси бунга ёрқин мисол бўла олади.

Узоқ вақт давомида ахборот хавфсизлиги йўналишига ихтисослашган Security.uz электрон журнали энг нуфузли веб-нашр бўлиб келган эди. Аммо кейинги вақтларда унинг саҳифалари кам янгиланмоқда. Энг сўнгги янги хабар 2008 йил февраль ойига тааллуқли.

Булардан ташқари Ўзбекистонда фуқаролик журналистикаси (civil journalism) ёки веб-блоглар (weblog, blog) тизими ҳам ривожланиб бормоқда. Улар барча хоҳловчиларга ўзларининг кундалик дафтарларидаги ёзувларни, изоҳларни эълон қилиш имкониятини беради. Бу ҳам Интернетнинг интерактив имкониятлари кенглигининг яна бир исботидир.

Ўзнетда бугунги кунда турли мавзулардаги кўплаб блоглар ишлаб турибди. Масалан, «Афиша.уз» www.blog.afisha.uz блоги Тошкент шахрининг маданий ҳаёти ҳақида хабар беради. Www.barbaris.uz узнетдаги воқеаларни, тармоқ технологияларини ёритади. «Сказочная сторона» skazka.uz – блогида болалар эртақларининг MP3 форматдаги аудиоёзувлари жойлаштирилади. Fashionblog.uz ҳам маҳаллий, ҳам халқаро мода бозори янгиликларини ёритиб боради.

2007 йил январь ойида «Оммавий ахборот воситалари тўғрисида»⁴⁴ Ўзбекистон Республикаси Қонунининг янги таҳрири қабул қилинган, тармоқ ОАВлари ривожланишида янги босқич бошланди, дейиш мумкин. Ушбу қонунга биринчи марта газета, журнал, радио ва телевидение билан бир қаторда умумий фойдаланишдаги коммуникация тармоқларидаги веб-сайтларга нисбатан ҳам ОАВ мақомини берувчи модда киритилди. Шунингдек, қонунда вақтли босма нашрнинг электрон нусхаси ҳақида ҳам сўз боради. Қонуннинг 27-моддасига кўра, босма нашрнинг электрон нусхани мустақил ОАВ сифатида рўйхатдан ўтказилиш шарт эмас, фақат бунинг учун босма ва электрон нашрлардаги материаллар бир хил бўлиши шарт. Электрон нусхада материалларнинг ҳажмини қисқартиришга, босма реклама хабарларини олиб ташлаш ёки алмаштиришга рухсат берилади. 2007 йили апрель ойида Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг «Ўзбекистонда ОАВларни рўйхатга олиш тартиби тўғрисидаги Низомга ўзгартириш ва қўшимчалар киритиш тўғрисида»ги қарори эълон қилинди. Мазкур қарорда сайт шаклидаги электрон ОАВни давлат рўйхатидан ўтказишда тақдим этилиши шарт бўлган ҳужжатлар рўйхати анча камайтирилган. Рўйхатдан ўтиш учун қуйидаги ҳужжатларни топшириш зарур бўлади: белгиланган шаклдаги ариза, ном (домен) рўйхатга олингани ҳақида ҳужжат, тегишли йиғимлар тўлангани ҳақида квитанциялар. Жумладан, рўйхатга олиш пайтида тўланадиган бир марталик тўлов миқдори

⁴⁴Ўзбекистон Республикасининг «Оммавий ахборот воситалари тўғрисида»ги қонуни. Янги таҳрирда. 2007 й.

хам Ўзбекистон Республикасида белгиланган энг кам иш ҳақининг 10 бараваридан 1 бараваригача камайтирилди.

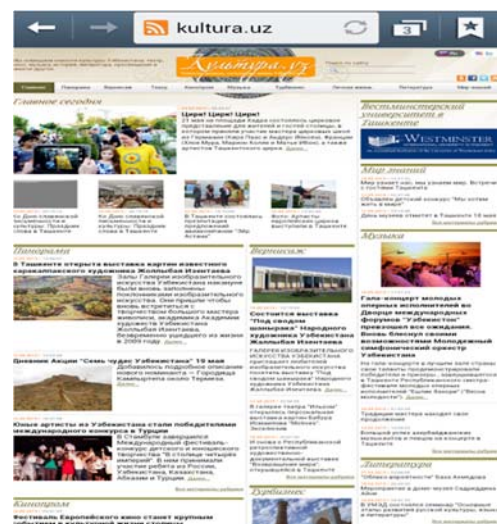
2.2. Миллий доменда санъат тарғиботи

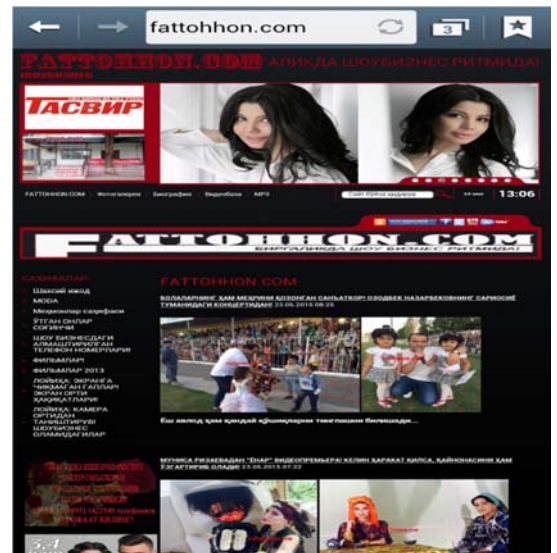
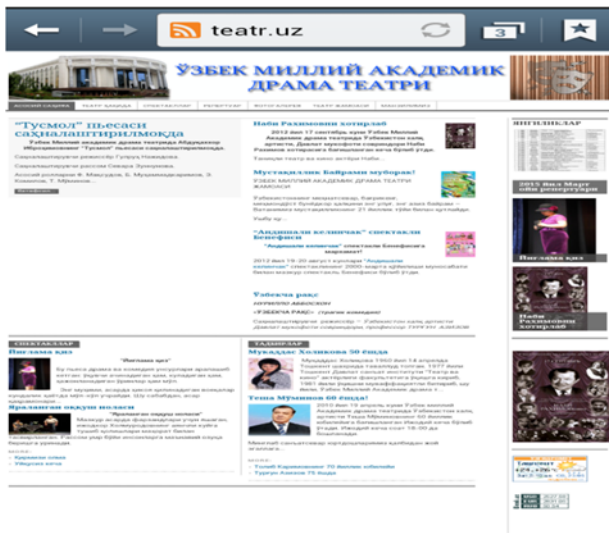
Ҳозирда интернет тармоғи жамиятнинг энг тезкор ва қулай ахборот алмашиш майдонига айланганлигини барчамиз кўриб, билиб, англаб турибмиз. Шунинчун оғдатга олган ҳолда, санъат учун муҳим замонавий тарғибот воситаси ҳам шубҳасиз интернет ҳисобланади.

Бугун мамлакатимизда санъатга ихтисослашган босма оммавий ахборот воситалари, яъни Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси ҳузуридаги Олий аттестация комиссияси томонидан рўйхатга олинган журналлар, газеталарнинг рўйхатлари қуйидагилардан иборат:

1. “Жаҳон адабиёти” журнали;
2. “Санъат” журнали;
3. “Мозийдан садо” журнали;
4. “Шарқ юлдузи” журнали;
5. “Театр” журнали;
6. “Тафаккур” журнали;
7. “Маънавий ҳаёт” журнали;
8. “Ўзбекистон адабиёти ва санъати” газетаси.

Бугун мамлакатимизда фаолият олиб бораётган интернет сайтларидан санъатга ихтисослашганлари эса қуйидагилар:





1. Kultura.uz;
2. Sayyod.uz; (com)
3. Shov-shuv.uz;
4. globalproart.com
5. Fattoxon.com;
6. Teatr.uz;
7. uz.mcs.uz
8. persona.uz

Ўзининг фаолияти ахборот тарқатиш бўлиб, ўзининг санъат ва маданият блокига эга бўлган сайтлар қуйидагилар:

1. Uza.uz;
2. Uz24.uz;
3. Kun.uz
4. Daryo.uz;
5. Olam.uz;

6. Uztoday.uz;

Бу кўрсаткичларга асосланган ҳолатда мулоҳаза юритадиган бўлсак, энг мақбули интернет эканлигига гувоҳ бўламиз. Нега деганда, “Жаҳон адабиёти” журнали ўрта ҳисобда ойига 3 минг нусхада чоп этилади. Бу кўрсаткич эса 31,5 миллионлик Ўзбекистон халқининг 0,03 фоизи, яъни ҳар 10 минг 500 кишига битта журнал тўғри келади деганидир. “Тафаккур” журналининг тиражи эса ўрта ҳисобда 4 минг нусха бўлиб, ҳар 6 минг кишига битта журнал тўғри келади. Қолган нашрларнинг ҳолати ҳам шундай. Юқорида рўйхати келган нашрларнинг умумий ҳисоби ўртача 28 минг нусхани ташкил этади. Бу эса ҳар 1 минг 60 нафар кишининг биттаси бу борадаги ахборот воситасига эга, қолганлари эса мутлоқ беҳабар деган ҳулосани айтишга асос бўлади.

Интернет тармоғидаги сайтлардан эса ўрта ҳисобда 8,5 миллион киши фойдаланиши қайт этилган. Бу эса Ўзбекистон аҳолисининг 32,7 фоизи деганидир. Шунини инобатга олган ҳолда, аҳоли учун энг тез, қулай ва молиявий жиҳатдан арзон ахборот олиш манбаи интернет эканлигини замоннинг ўзи тасдиқлаб турубди.

Телевидение чиққанда, энди газеталар йўқ бўлиб кетади, деган таҳминлар бўлган. Инсоният бир янгиликни ҳар доим ҳам хурсандчилик билан кутиб олавермайди. Танқидлар, хавфсирашлар гирдобида янгилик кириб келади. Ўзбекистон интернет тармоғига уланганини сарҳисоб қилиб, "атиғи" сўзини ишлатолмаймиз. Бунга 10 йилдан ошди, биз бу меҳмонни кутиб олиб, аллақачон мезбонга айлантиришимиз керак эди. Лекин ҳали ҳам эшикни очайми - йўқми, деб иккиланиб турибмиз.

Бизда интернет ривожланмаганини айтиб ўтирмайман, аҳволни ўзингиз яхши биласиз. Хўш, ривожлантириш учун нима қилиш керак?

"Интернет журналистикаси ривожланиши учун интернет ривожланиши керак", деймиз. Тўғри, бу учун маблағ, техник таъминот, ҳар бир хонадон компьютерга эга бўлиши талаб этилади. Лекин бундан олдинроқдаги яна бир керакли нарса бор. Бу - интернетни тушуниш, унинг кераклигини ҳис қилиш.

Ўзбек оммавий ахборот воситаларида интернет мавзуси қандай ёритилганини кузатсангиз, кўпинча, (тўғрироғи, асосан) танқидий фикрларни кўрасиз. Нимани танқид қилишни билмасдан интернетни топиб олишганми бу мухбирлар, ким билади. Интернетга берилган таърифларни эшитинг: "миш-мишлар макони", "бузғунчилар уйи", "ахлоқсизлик манбаи". Бир газетада "Интернетдан фойдаланиш - тиконзордан гул излаш" дейилган бўлса, яна бир ақлли муаллиф интернетдек мўжиза, дея "мўжиза" сўзини киноя оҳангида кўштирноқ ичига олиб ёзибдилар. Тўғри, интернет афзалликлари қаторида салбий жиҳатларга ҳам эга. Фирибгарлар, ахлоқсизлар учун у эркин майдон вазифасини ўтаяпти. Терроризм, порнография, турли иллатларнинг урчиши, текширилмаган ҳар қандай ахборотлар оқими интернет орқали кучайяпти. Онлайн ўйинлар ва чатхоналар ёшлар онгини эгаллаб олиб, вақтларини бекорчиликка кетказмоқда. Лекин интернетнинг турган битгани бу эмас-ку. Сизга оддий ҳақиқатни айтаман: ўша ўйин ва чат мухлислари, "чат-мен" даражасига етганлар интернетни билмаслиги мумкин. Интернетни ёқишни билади холос, унинг қандай имкониятлари бор, интернетда чатдан кизиқроқ нималар борлигини билмайдиганлари жуда кўп. Биз интернет кафеларни тўлдириб ўтирган "чат жиннилари"ни кўрамузу, интернет ёшлар учун танишув майдони, бу уларни бузади, деб осонгина хулоса чиқариб кўя қоламиз. Аслида улар интернетнинг фаол фойдаланувчилари эмас, агар шундай бўлганида у орқали ахборот олган, тил ўрганган, масофавий ўқишлар талабасига айланган, иш қидирган, ўз жамиятларини тузган бўлардилар. Майли, бу ишларини чатдан бошлабдилар, буни пойдевор сифатида оқлаш мумкин. Сиз уни танқид қилгандан кўра, интернетнинг бошқа имкониятларини очиб беринг, чатга киришга вақти бўлмай қолади.

Интернет ёшлар онгини бузаётгани йўқ. Ҳамма инсоннинг характери турлича. Кимдир муомалада эркин, бошқа биров реалда фикрини аниқ билдиrolмайди, инсонлар билан чиқишиб кетолмайди. Шунда у учун интернет маънавий бошпана бўлиши мумкин. Интернет форумлари, онлайн

конференциялар, кўйинги, ўша танишув сайтларида ҳеч бўлмаса инсонлар билан мулоқотни ўрганар.

Интернет танишув макони эмас. Интернетдан шу йўлда фойдаланадиган инсонни кўрган бўлсангиз, билинги, у ўзи табиатан шунақа. Интернет бўлмаса, бошқа жойда ҳам шу ишни қиларди. Чатхоналар уни бемазалаштирмади, бунга ёрдам берди холос. Ҳар куни 10 та қиз билан (ёки қиз йигит билан) танишишни режалаштирган бўлса, буни интернетсиз ҳам амалга ошириши мумкин. Телевидение, радио, мобил хизматлари ҳаттоки газета-журналларда ҳам бу бор-ку. Хуллас, "Реалда бошқа, виртуалда бошқа одамман" сафсатасига ишонманг. Интернетда ёлғончи - ҳаётда ҳам ёлғончи. Фақат бирини оғзаки, бирини ёзма усулда акс эттиради.

Интернетни қораловчиларнинг яна бир даъвоси - порнография. Бу борада ҳам юқоридаги фикрни билдирмоқчиман. Интернетни чеклаш билан беҳаёни ҳаёли қилиб қўёлмаймиз. Интернет порнографиясига қарши курашгандан кўра, умумий порнографияга қарши турайлик. Аудиторияни кенг йўсинда ахлоққа ўргатайлик. Бунда диний кўрсатмалардан фойдалансак, бир мусулмон сифатида шармсиз фото ва видеолар кўришни ўзига эп кўрмайди, сиз қилган насиҳат эмас, эътиқоди бунга йўл қўймайди. "Интернет - порнография. Ундан эҳтиёт бўлиш керак" деган гапингизга кирадиган одам интернетдаги ахлоқсизликдан чекинади холос, бошқа унсурлари-чи? Бизда интернетни кўпинча катталар қабул қилолмайди. "Интернет оммавий ахборот воситаси эмас", "Интернет китоб бўлолмайди", "Интернет касридан миллий маданиятмиз йўқ бўлиб кетяпти" дейшади ёки интернетни салбий таъсирини кўрсатиб саҳифа-саҳифа мақолалар ёзишади. Мақолалари тўла кўрқинчли статистика. "Интернетда ўз жонига қасд қилишни ўргатадиган мингдан ортиқ сайт бор экан, бунинг орқасидан юзлаб ёшлар нобуд бўлибди". Бу маълумотлар, рақамларни қаердан олдингиз, деб сўрасангиз "Интернетдан" деб жавоб беришади... Сиз бизни шу йўл билан тарбиялай олишингизга ишонасизми? Эшитганига амал қилиб кетаверадиган ёшлар аллақачон ёшлар каторидан чиқиб бўлишди. Ҳозирги ёшларга чатни ёмон кўрсатмоқчимисиз -

интернетнинг бошқа, тўғри кўчаларига жалб қилинг, ўз жонига қасд қиладиган сайтларга киришимизни хоҳламаяпсизми - ҳаётга қизиқишни орттирадиган сайтлар очинг. Катталар интернетни қабул қилолмайди, деймиз. Ёшларчи? Ёшларнинг ўзи тайёрми бунга? Бир йигит "Компютердан минг километр узоқда юрадиган қизларни ҳурмат қиламан" деб фикр билдирганди. Бир қизга интернетни ўргатай, десам, "Мен ҳеч қачон интернетни ўрганмайман" дейди (худди "Ҳеч қачон сигарет чекмайман" деган оҳангда). Майли, ҳар кимнинг ўз қараши бор. Кимгадир интернетни билмайдиган қиз идеал бўлса, кимдир интернетга кирмаслик билан "онаси ўпмаган қиз" бўлмоқчи-да. Компютердан минг километр узоқда юрадиган қизларни ёқтирадиган йигит ҳурматига сазовор бўлиш учун ҳеч қачон интернетни ўрганмасинлар. Биз - интернетни онгли равишда биладиган ёшлар эса ҳар иккаласини ҳам ҳурмат қилмаймиз! Энди интернет журналистикаси ҳақида. Биз рус ва инглиз ахбороти гирдобига тушиб бўлдик. Русча фикрлаб, инглизча ўйлаяпмиз. Ўзбекча мушоҳада қаерда қолди? Ҳамма керакли маълумотларни рус ва инглиз тилларида олганимиздан кейин қаерда ҳам қоларди?! Ўзбек тилидаги ахборот берувчи сайтлар қанчада янгилигини айтишга уяламан. Янгиланганда ҳам улардан хабар эмас, пресс-релиз ўқиймиз. Информацион-таҳлилий материаллар билан бойитилган сайтлар ҳам бор, лекин кам, керагидан ўн баробар кам! Интернет - қўштирноқсиз ёзиладиган мўжиза. Сиз қўштирноқлар ичига маҳкум қилганингиз билан, у мўжизалар қаторидан чиқиб қолмайди. Алишер Навоийнинг бундан бир неча аср илгари айтиб кетган "Иллат излаганга иллатдир дунё, Ҳикмат излаганга ҳикматдир дунё" сўзларини эсланг. Нега иллат излаётганлар касрига ҳикмат излашни тўхтатиб қўйяпсиз? Интернет ривожланиши керак. Бу учун маблағ, техника ва ҳоказо, ҳоказолар керак. Ундан олдин эса интернетни тушунишимиз, интернетни билишимиз керак.. Газеталар интернетдан янгилик олиб босгандан кўра, чатни ёмонлаб бонг ургандан кўра бир саҳифасини интернетни (унинг фойдали томонларини) ўргатиш дарсига бағишласин. Йўқ, бундан ҳам олдин газеталарда "Ҳой,

одамлар, интернет сизни еб қўймайди" мазмунидаги мақолалар керак. Бирор янгилик пайдо бўлса, у аввало инсонлар томонидан қизиқиш билан қабул қилинади, сўнг ҳамма муккасидан кетиб унга ёпишиб олади, ундан кейин баъзи фoш этишга ўч қатлам, масалан "қитимир" журналистлар ундан ёмон томонини ахтаришга тушади, топади ҳам. "Сиз ҳаётингиз мазмунига айлангириб олган нарса аслида мана бундай салбий томонларга ҳам эга" деб жар солади. Ҳудди шунга ўхшаб аввал интернет ҳаётимизга кенг миқёсда кириб келсин, аудитория веб оламнинг фаол фуқароларига айлансин, ижобий жиҳатларини ўзлаштириб олайлик, кейин салбий томонини қидирасиз, ўшанда танқид қиласиз. Ҳозир эса интернет, яхшими-ёмонми, кириб, оммалашмасдан туриб кўксидан итармайлик, уни бироз яхши кўрайлик, ёмон кўришга ҳали улгураамиз!

Мақолага таҳлилий назар билан қарар эканмиз, ҳар қандай соҳада умуман ҳаётда ҳам инсон излаганини топади. Танлаб олиш ҳуқуқи эса яна ўзимизнинг гарданамизда. Шу ўринда газета, журнал саҳифаларида ижтимоий тармоқлардан тортиб бошқа бир неча сайтларни қоралаб интернетни асосиз ва таҳлил қилинмаган ҳолда мақолалар ёзаётган баъзи журналистлаимизнинг "тарғиботи" учун бу каби асосли фикрлар далил бўла олиши шубҳасиз. Ушбу фикрим орқали кимнидир ижодий ишига танқид назарида ёндашиш ёки қараш эмас аксинча кенг омма эътиборига сифатли маҳсулотни етказиб беришдир.

Шунингдек, санъатни ҳамма ўз дунёқарашига қўра турли маънода тушунади ва тассавур қилади. Унинг ихлосмантлари учун санъат эстетик завқ олиш, руҳан покланиш, қалбан юксалтирувчи омил ҳисобланади. Аммо санъатни ёритаётган айрим шахсий интернет саҳифаларимиз борки, ўзининг интернетдаги сайтини оммалаштириш учун санъат вакилларини ҳар ҳил йўллар орқали "пиар" қилиш билан санъатнинг асл мазмунини нотоғри тарғиб қилиб қўймоқда. Масаланинг яна бир муҳим томони миллий доменимизда санъатга ихтисолашган порталлар бармоқ билан санарли мавжудлари ҳам санъатнинг оламини тўлиқ англамаган унинг асл моҳиятини

тушуниб етишга улгурмаган но профессионал ўз соҳасининг мутахассиси бўлмаган ижодкорлар. На хат саводи бор на тўлиқ тушунчаси. Аммо шахсий сайтнинг оммавийлигига нима дейсиз?! Уларнинг ёзаётган мақолаларини интернет саҳифаларида миллионлаб ўқувчилар ўқийди, уларнинг аксарият аудиториясини эса Ёшлар ташкил этади. Ёшлар ўртасида оддий янгилик тусини олган машхурларнинг кундалик ишлари нима ичиб, нима кийиб нима истеъмол қилаётгани ҳақидаги маълумлар санъат ҳақидаги тасаввурини ҳам нотоғри шаклланишига олиб келяпти.

Ватандошимиз буюк олим Абу Райхон Беруний: “Ахборот ташувчилар сабабли ҳар қандай ахборот ҳақиқат ва ёлғон тусини олади”. Чунки, ахборот орқали ҳар бир халқлар орасида талашув, тортишувлар кўп содир бўлади”, деган эди. Бундан ўн аср илгани айтилган гаплар замонлар ўзгарсада ўз қийматини сақлаб келмоқда.

2.3 Онлайн тизимида санъат масалаларининг ёритилиши ва унда журналистнинг касб одоби

Башарият хозирга қадар қандай тараққиёт чўққиларига эришган бўлса, уларнинг бари инсон тийнатидаги яхшироқ, узоқ ва фаровонроқ яшашга интилиш майли туфайлидир. Шу билан, одамзоднинг мавжудлиги, барҳаётлиги жуда кўплаб истак ва орзу-хаваслар мувозанатига боғлиқ. Афсуски, инсоният ҳаётида тараққиёт шиддати мувозанат ҳикматидан устун келмоқда. Умумэтиканинг аҳамияти, ахлоқ-одоб кадриятларига бўлган эҳтиёж ҳар қачонгидан кўра жиддий тусда баралла айтилаётгани масаланинг бир жиҳати бўлса, унинг иккинчи жиҳати ўзининг зарурлиги, муҳимлиги билан тобора кенг тус олаётган, камрови, кўлами ортиб бораётган соҳа-касб одоби муаммосидир.

Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлис палаталарининг 2005 йил 28 январь куни бўлиб ўтадиган қўшма йиғилишида Президент мамлакатда олиб борилаётган ислохотлар ва жараёнларни янада жадаллаштириш ва чуқурлаштиришнинг галдаги устувор йўналишларини белгилаб берар экан, “Ўзбекистонда демократик янгиланишлар жараёнини чуқурлаштириш ва фуқароларнинг эркинликларини таъминлашнинг ғоят муҳим шарти – буоммавий ахборот воситаларини ривожлантириш учун демократик андозаларни жорий этиш бўйича аниқ ваизчил чораларни амалга оширишдир⁴⁵ дея миллий матбуотчилигимиз равнақини янги босқичларга кўтаришнинг дастурий йўналишларини белгилаб берди.

Интернет журналистикаси ва журналистнинг касб одоби меъёрларини белгиловчи мезонларни ишлаб чиқиш зарурияти эндиликда бутун долзарблиги билан аён ҳақиқатга айланиб улгурди.⁴⁶

Ахборот тарқатувчи асосий субъект – журналист. Глобал миъиёсда айтадиган бўлсак, ахборот асримизнинг тақдири ҳам кўп жиҳатдан

⁴⁵ Каримов И.А. Бизнинг бош мақсадимиз –жамиятни демократлаштириш ва янгилаш, мамлакатни модернизация ва ислох этишдир. Т:Ўзбекистон 2005 Б.51

⁴⁶ Х.Дўстмуҳаммад “Журналистнинг касб одоби муаммолари” 7 бет

журналистнинг зиммасида. Ахборот маданиятининг ижтимоий-сиёсий, миллий-маҳаллий, маънавий-маърифий, ҳуқуқий, фалсафий, эътиқодий иқтисодий умуминсоний аспектилари тўғрисида ҳам биринчи навбатда ахборот маданиятини шакллантирувчи бош субъект-журналист қайғ уриши керак бўлади.

Шу йилнинг 11 апрель куни www.sayyod.uz веб-сайтида “Яна бир факти билан фош қилиш: София Ротару Тошкентдаги концертидан беҳабар!” номли мақола (агар уни шундай деб аташ мумкин бўлса, чунки у мақоланинг ҳамма талабларига ҳам жавоб бермайди; журналистик суриштирув ҳам деб бўлмайди) чоп этилди. Мақола муаллифи журналистика соҳаси бўйича сабоқ олган-олмаганини билмадим-у, лекин ҳарқалай муаллифнинг профессионал журналист эканлигига ишониш қийин. Чунки, бу мақолада журналистик фаолиятнинг қатор энг муҳим талаблари ва журналистик одоб-ахлоқ меъёрлари бузилган.

Мақолада украиналик таниқли эстрада хонандаси София Ротарунинг Тошкентдаги концерти ҳақида гап боради. Эмишки, сайтнинг мухлисларидан бири “Истиқлол” концерт саройида 2014 йил 3 июнда ўтказилиши эълон қилинган концерт дастури ҳақида қизиқиб, хонанданинг маъмурига интернет орқали хат жўнатган. Бунга жавобан хонанданинг маъмури бу концерт дастуридан беҳабар эканлигини, турли фирибгарлар билан курашиш осон эмаслигини ва мазкур масалага тез орада аниқлик киритилишини маълум қилган.

Сайтда ёзишмалар нусхаси келтирилган.

Демак, бу - факт. Журналист мақолада бу фактни келтиради-да, кейинги ўринларда ўта ғалати, непрофессионал йўлдан боради.

Мана бу жумлаларга эътибор беринг: “Маъмурининг гапига тўла кўшиламан, зеро бизда маълум бўлган ва судланганига қарамай негадир мана шундай сохта продюсерларнинг фаолияти хануз тўхтагани йўқ, кийдиришлар давомланмоқда. Бу ҳақида, ёдингизда бўлса сайтимизда суд ҳужжати нусхаси билан келтиргандик. Ўзбекнавоининг бир вақтлардаги кўз юмганлиги (ўша

пайт қандайдир ёвуз кучлар тахдиди остида) эндиликда қайтарилмас дегандигу... яна ўша таниш номлару, яна ўша қахрамонлар ва яна ўша холат!”

Жумлалардаги орфографик хатоларни қўя турайлик, сиз бирор бир маънони англадингизми? “Кийдирилишлар давомланмоқда”, “суд хужжати”, “қандайдир ёвуз кучлар тахдиди” каби мантиксиз жумлалар билан муаллиф нима демоқчи?

Мақолада келтирилган бу каби мушоҳадалар муаллифнинг профессионал журналист эмаслигини кўрсатиб турибди. Маъмурга мурожаат қилган ўша мухлиснинг исм-шарифи, яшаш жойи аниқ кўрсатилмаган. Кўрсатилганида факт янада ишончлироқ бўларди. Бундан ташқари София Ротарунинг Тошкентдаги концерти ташкилотчиси ким эканлиги, ким расман рухсатнома олганлиги ҳақида умуман гапирилмайди, аксинча қандайдир сохта продюссерлар, судланганлар ҳақида бонг урилади. Муаллиф зўр бериб фирибгарлар ҳақида завқ билан сўзлайди. Кўрдингларми, бу ўша аввал ҳам ёзилган сохта продюссернинг иши демоқчи бўлади. Лекин ким ҳақида гапираётганлигини ёзмайди.

Бунисига нима дейсиз:

“Бу сафар ҳам кимларгадир ёвуз кучлар тахдид қилармикин ё пуллар кучи? Замон ҳозир зўрники ҳам эмас, пулдорники ҳам эмас! Мисоллар келтириш ҳам шарт эмасдир а?))”

Ташқаридан қарасангиз муаллиф ким биландир баҳслашаётганга ўхшайди. Кимгадир ниманидир тушунтирмоқчи бўлаётгандек. Кимга ва нима учун?

Яна жавобда, аниқлик ва очиқлик йўқ.

Бу услуб замонавий журналистика талаблари ва меъёрларига тўғри келмайди. Муаллиф ўз нуқтаи назарини аниқ далиллар асосида, ҳамма нарсани ўз оти билан атаб, ким ҳақида ва нима сабабдан гапираётганлигини очиқ айтиши керак. Чунки, у ўз уйида ўтирволиб ўз-ўзига гапираётгани йўқ, кенг жамоатчиликка тарқатилаётган ва одамларга тез таъсир ўтказиш кучига эга бўлган оммавий нашр орқали чиқиш қиляпти.

Муаллиф мақолада журналистга хос тўғри позицияни танламаган. У “завқ-шавқ билан” хонанда маъмури фикрини маъқуллай кетади. Унга хонанда маъмурининг фирибгарлар ҳақидаги фикри жуда ёққан шекилли асосий мавзу четда қолиб, бутун мақола давомида аллақандай фирибгарлар, сохта продюссерлар ҳақида берилиб ёзади. Бизнингча, мухлисларнинг манфаатларини кўзлаб, уларни алданиб қолишдан огоҳ этиш мақсадидаги мақолалар бундай услубда ва кимгадир қаратилган “маънодор” жумлалар билан ёзилмайди. Ҳарқалай, исталган ўқувчи мақола билан танишиб, уни уюштирилган, ғараз ва шахсий адоват билан ёзилган мақола эканлигини англаши қийин эмас.

Журналистик асарда бу каби жирканч мақсадлар асосий марказга қўйилиши ахлоқдан, инсонийликдан эмас. Журналист энг аввало холис бўлиши лозим. Ҳар қандай қўлга киритиладиган факт ёки далил чуқур ўрганилиши, таҳлил қилиниши, фикрлар бир ёқлама бўлмаслиги, энг муҳими журналистнинг ўз нуқтаи назари, холис позицияси бўлиши зарур.

Битта факт билан мавзунини ёритиш (агар мақсад обрўсизлантириш эмас, ёритиш бўлса) мумкин эмас. Аксинча, бу фактни тасдиқловчи бошқа факт ва далилларни ҳам излаш керак. Муаллифнинг битта факт атрофида фикрлаши, унга “тўла қўшилиши”ни билдириши профессионаллик белгиси эмас. Ҳарқалай Университетда устозларимиз бизга шундай ўргатишган.

Савол туғилади: нега **www.sayyod.uz** ўз мухлиси орқали эга бўлган фактга аниқлик киритиш учун концертни ўтказиш бўйича “Ўзбекнаво” бирлашмасидан махсус рухсатнома олган, реклама эълонларини жойлаштираётган компанияга расмий мурожаат қилмади?! Бизда шундай факт бор, сиз нима дейсиз” дейиш мумкин эди-ку! Ташкилотчи компаниянинг ҳам муносабатини олиб, ҳар икки томоннинг баёнотлари асосида мақола чоп этириш, бизнингча, муаллиф учун энг холис позиция бўлар эди.

www.sayyod.uz, афсуски, бу йўлдан бормаган. Бир томоннинг баёнотини келтириб мақола ёзади-да ва “Яна бир факти билан фош қилиш” деб бонг

уради. Журналистиканинг асосий вазифаси фош қилиш эмас, унинг бунданда улуғроқ ва шарафлироқ ижтимоий вазифалари бор. Журналист жараёнларни теран илғаши, кенг мулоҳаза юритиши, ҳар бир сўзи учун масъулиятни ҳис қилиши ва унинг келтириб чиқариши мумкин бўлган оқибатларини олдиндан англай билиши лозим.

Мақола муаллифи қандайдир мақсадларни кўзлагани шубҳасиз, лекин у ўз сўзининг салбий оқибатлари ҳақида тўла ўйлаб кўрмаган кўринади. Гап бу ерда тадбиркор ҳуқуқлари ҳимояси ҳақида бораяпти.

Тасаввур қилинг, тадбиркор фойда олишни кўзлаб, концерт уюштираяпти. Ташкилотчилик осон иш дейсизми?! Мутасадди органдан тегишли гувоҳнома олаяпти, реклама кампаниясини ташкил этаяпти. Билетларни сотувга чиқараяпти. Буларнинг ҳаммаси маблағ, меҳнат ва жамоавий ресурсни талаб этади. Қўйингчи, тадбиркор катта таваккалчиликка қўл ураяпти. Шу жараён қизгин кетаётган бир паллада бир интернет нашри номи кўрсатилмаган мухлисининг мурожаатига ва ўзи эга бўлган фактга таяниб, энг қизиғи, концерт ташкилотчисига мурожаат қилмасдан, ўз билганича ахборот тарқатаяпти.

Бундай нопрофессионал чиқишлар жамоатчиликка таъсир ўтказиши, улар орасида турли миш-мишлар ва иккиланишларни келтириб чиқариши аниқ. Бундан ким зиён кўради, албатта, тадбиркор!

Наҳотки, www.sayyod.uz бирёқлама мақоласи билан тадбиркор манфаатларига зиён етказиши мумкинлигини англаб етмаган бўлса! Ўзбекистонда шахсан давлат раҳбарининг ташаббуси билан тадбиркорларга қанча имкониятлар яратиб берилаяпти, улар ҳар томонлама қўллаб-қувватланаяпти. Тадбиркор манфаатларининг устунлиги тамойили татбиқ этилаяпти. Нима сайт раҳбарлари бу саъй-ҳаракатлардан беҳабарми ёки улар тадбиркорларга қаршими?!

Тадбиркор бу расмий шахс. У ўз мажбуриятлари учун қонун олдида тегишли тартибда жавоб беради, улар фаолиятини назорат қилувчи махсус органлар бор.

Айтайлик, тадбиркор концерт ўтказаман деб реклама эълонларини тарқатди, билетлар сотувини ташкил қилди ва концертни ўтказмади. Бунинг учун тегишли ўрнатилган тартиб ва жавобгарлик бор. Ишончим комилки, тадбиркорларимиз буларни билади. Реклама бераётган ва билет сотаётган ташкилот жавобгарликни, масъулиятни ўз бўйнига олиб, бу ишларга киришиши аниқ.

Қизиғи шундаки, сайтда мақола чоп этилганидан кейин www.anhor.uz, www.daryo.uz веб-сайтларида ҳам София Ротарунинг концерти бўлиб ўтмаслиги, концерт ҳақида реклама эълонлари сохта эканлиги ва бу ҳақда www.sayyod.uz нашри маълум қилганлиги ҳақида хабарлар тарқатилди.

Ҳайрон қолади киши: юқоридаги сайтлар хабар тарқатишдан олдин нега расмий ташкилотчиларга мурожаат қилмади? Нима www.sayyod.uz София Ротарунинг концерти ҳақида баёнот берадиган расмий манбами?!

Эртага бу сайтларнинг хабарлари тасдиқланмай, София Ротарунинг худди ўша маъмури “кечирасиз, тушунмовчилик бўлибди. Концерт бўлади” деб баёнот берса, унда нима бўлади? Сайтлар ўзларининг тўла асослантирилмаган хабари оқибатида тадбиркор мавқеига, унинг бизнесига етказган зарари учун жавобгарликни бўйнига олармикан?! **Ёки жимгина “узр” деб кетишаверадимми?!**

Ҳарқалай юқоридаги сайтлар бировни фирибгарликда айблаб ахборот тарқатишдан олдин масаланинг ҳуқуқий жиҳатларини ҳам ҳисобга олиши зарур эди. Чунки, кимнидир фирибгар ёки сохта продюссер деб айблаш журналистнинг ваколат доирасига кирмайди. Бунинг учун ваколатли орган, яъни суднинг қарори керак.

Концерт қолдирилиши ташкилотчи томонидан расман эълон қилинмасидан, масалага ойдинлик киритилмасидан олдин журналистларнинг кимларнидир фирибгарликда айблашга ёки сохта продюссер деб аташга қандай ҳуқуқий-маънавий асоси бор?! Бу бирор бир қонунда, бирор

бир одоб-ахлоқ кодексида ёзилганми?! Атом қудратига эга Сўз кучини ўтин ёришга сарфлаш дегани шу эмасмикан?!

www.sayyod.uz нинг холис эмаслигига яна бир мисол. Юқоридаги мақола эълон қилинганидан кейин унга фуқароларнинг турли изоҳлари ҳам чоп этилибди. Уларнинг аксарияти муаллифнинг фикрларига ҳамоҳанг ва бу ҳам уюштирилгандек тасаввур уйғотади. Мақолага муносабатимизни билдириб биз ҳам изоҳ жўнатгандик сайт маъмурининг “фильтри”дан ўтмабди шекилли, ҳарқалай чоп этилмади. Балки бунга фикримиз сайт раҳбарларининг карашларидан бошқачароқ бўлганлиги сабаб бўлгандир. Агарда шундай бўлса, www.sayyod.uz нотўғри, нохолис йўлдан бораётганлиги аён бўлади. Ўқувчиларга фақат ўзига маъқул фикрларнигина эмас, жамоатчиликнинг холис муносабатини кўрсатиш лозим. Бунинг учун эса виждон ҳам керак бўлади...

Shov-shuv.uz сайтида ёритилган мақолаларнинг таҳлиliga ўтамиз. Жасур ҲАМРОЕВ: “Айрим санъаткорлар камбағалнинг тўйида куйлашдан ор қилади” ЯнгиликларМаданият

Shov-shuv.uz ўз сайти раҳбари Жасур Ҳамроев Ўзбекистондаги шоу-бизнесидаги бугунги ҳолат ҳақида мулоҳаза юритди.

“Ўзини доно санайдиган айрим нодон машҳурларга ачинаман. Эски чоригини унутган, ўзини олий табақадан санайдиган ёхуд оддий халқдан ўзини устун кўядиганларни зимдан кузатиб, бу қадар ўткинчи ҳою ҳавасларнинг қули бўлишмаса, дея мийиғингда кулиб кўясан, киши”, деб ёзади муаллиф. Унинг фикрича, мусиқий телеканалларнинг вақтинча ғойиб бўлиши (ТВМ, СофтС, ФорумТВ ва бошқалар) ҳаммадан кўра кўпроқ “шоу-бизнесчи”ларни хавотирга солди. Қиммат-қиммат клиплар... Ярим-ялонғоч, ғарбона тақлидга шимдирилган клиплар ҳозирча уларнинг ўзидан бошқа ҳеч кимга керак эмас. Омманинг онгига дазмолдан чиқиб келадиган даражада сингдиришга уринишганидан сўнг, одамлар ҳам ўзбек санъати шу экан-да дея чала пишган “бўтқа”ми, “атала”ми татиб кўришга мажбур!

“Мардмисиз? Энди майдонда синаласиз. Қиска муддат ё узун... Муҳими, кўпчиликнинг никоби ечилади. Санъат элагидан бир ўтишга уриниб кўринг-чи?! Санъатнинг ҳалол нони бўлишга яроқли “ун”мисиз ё “курмак”? Назаримда, буни виждонан билишни ўзингиз ҳам истасангиз керак, а?!”, дейди муаллиф.

Жасур Ҳамроев ТВ ва радиода айланмасдан қайси юлдуз ва юлдузчалар яшаб қолиши кўпчиликка қизиқлигини ёзади. “Турк кўшиқлари бош қароқчиси “Асалхўжўжаева...” кабиларнинг тўйма-тўй ёлғон фонограммаларига 600 доллар ҳақ тўланармикан энди? Ё қиммат автомашиналарини кўча-куйда, “инстаграм”да тинмай реклама қилишдан тоймайдиган, “мен санъатда пул учун қуйламайман” дея лоф уриб, долларга кўз олайтирган ойимчаю ўзидан ёқимтой ясаб олганлар истеъдоди зўр эканлигига ишонтира олади?”, дейди у.

“Миллий валютамыз билан ҳисоблашадиган юлдузлар қолдимикин шоу-бизнесда!?”

Shov-shuv.uz сайти раҳбари “миллий валютамыз билан ҳисоблашадиган юлдузлар қолдимикан шоу-бизнесда!?”, деб риторик савол беради. “Умрида доллар ушлаб кўрмаганлар сизнинг шарт қўйган гонорарингизни ўйлаб, сўмни қандай “кўкартириш”га ҳайрон! Сўмни менсимасангиз... Бозорда боғидан узилган олма-анорини сўмга пуллайдиган деҳқоннинг ҳалол пешона терини, қабариб кетган қўлларини ҳурмат қилинг, ҳеч бўлмаса! Оғзингизни тўлдириб, “мини-диск” ё тўйхонага кўтариб борадиган компьютерингиз қуйлагани учун ўзингизча баҳолаган нархни айтишдан олдин фалон доллар тўлашга қурби етмаганларнинг сиздек “зоти олий”ларининг ўз тўйида кўришдек соф ниятини пучга чиқаришдан олдин яхшилаб ўйлаб кўрсангиз бўлармиди (бош деб кўтариб юрганингиз қовоқ бўлмаса агар)?!”, дея яна қаттиқ мушоҳада билдиради муаллиф.

Жасур Ҳамроевга кўра, айримлар камбағалнинг тўйида қуйлашдан ор қилади. “Нима қариндош-уруғингиз орасида юпуни йўқми ё сизни кўкларга кўтарган оддий халқингиз ҳурматига тупуришни чўнтагингизни озгина

каппайтирган “қоғоз”лар кучи “буйруқ” беради?”, давом эттиради ўз фикрини муаллиф. Айрим санъаткорлар қип-қизил “шантажчи” эканлигини айтиб, ҳақ гапни бетига айтсангиз, беозор кушчага ўхшаган нигоҳидан ўт сачрайди, дейди.

Жасур сўзига хотима қилар экан, ғарб юлдузларига тақлид қилишга нуқта қўйиш даври келганини ёзади. Уларнинг фалон гонорарлари, яна алламбалолари ҳақидаги ёлғон хаёлларга берилиш – утопия. Бизнинг санъат бу бизники. Минг уринманг, сизлар улар каби, улар сизлар каби бўлолмайди! Шундай бағри бутун, содда, санъатсевар элнинг куйчиси бўлганингиз аслида энг катта бахтингиз. Аслида бу халқ учун асрлар оша куйласангиз, фалон гонарар илинжини бир четга суриб, қалбингизни бериб беминнат куйласангиз ҳаққингиз кетмайди.

Муаллифнинг фикрича, ўзбекнинг рози бўлиб берган бир сўми ҳам миллион барака бўлиб ўзингизни, керак бўлса, авлодингизни тўйдиради. Аввало, меҳрини сизлардан аямаётган, ўзи шундай меҳрга ташна оддий одамларнинг муҳаббатига муносиб бўлишга урининг.

Shov-shuv.uz сайти муаллифининг қалами борлигини инкор этмаймиз жараёнга ҳолис назар билан қараши албатта яхши. Лекин сайтни обдон кузатар эканмиз баъзи бераётган реклама роликлар ва инервьюлар ва суратлар орқали унинг ҳам бир ёқлама фикр юритиб ўзининг айтаётган фикрларига қарши чиқаётганини кўрамиз. Аслида журналистнинг вазифаси ҳам бурчи ҳам маъсулияти ҳам ҳолис бўлиш эмасми?!

globalproart.com сайти ижтимоий тармоқларда ҳам ўз саҳифаларига эга бўлиб унинг фойдаланувчилари интернет тилида айтадиган бўлсак «user»лари миллионларга етади. Сайт санъат турларига ихтисослашган бўлсада унинг асосини реклама ва пиарлар ташкил этади. Биргина ҳозирги кунда ушбу сайтнинг “Instagram” тармоғида бериладиган янгиликларига аҳамият қаратар эканмиз, уларда санъаткорларнинг шахсий блогларида жойлаштирган суратларини кўчирма қилиб қўйилганига кўзимиз тушади. Сайт бошқарувчилари томонидан деярли бирор фикр билдирилмайди.

Фақатгини ўз ташкилотлари томонидан ўтказилаётган тадбирлар хусусида қисқа маълумот бериш билан чекланилади. Бу эса ўз-ўзидан яна ўша биз сўз юритаётган мавзуга бориб тақалади.

Юқоридаги сўзимизда собитмиз – кимнидир оқлаш ёки қоралаш ниятимиз йўқ. Ташкилотчи ҳақида ёзмадик, чунки унга алоқадор эмасмиз. Лекин журналистлик касбининг обрўсини асраш, соҳада учраётган камчилик ва нуқсонларни биргаликда бартараф этиш тарафдоримиз.

Ягона истагимиз оммага тезкор таъсир ўтказиш воситаси бўлган интернет нашрларимиз жамоатчиликда иккиланишларни юзага келтирадиган қандайдир миш-мишлар, ғийбат ва шов-шувлар тарқатадиган, шахсий адоват, ғараз мақсадларни кўзловчи жирканч PR-акцияларни амалга ошириш минбари бўлиб қолмасдан, аксинча ишончли, холис ахборот манбасига айлансин! “Тўртинчи ҳокимият” деган юксак мақомга муносиб бўла олсин!

ХУЛОСА

Бугун ахборот технологиялари ва Интернет ниҳоятда жадаллик билан ривожланиб, турмушимизнинг деярли барча жабҳаларига шиддат билан кириб келмоқда. Сиёсат, иқтисодиёт, ахборот, таълим каби соҳаларда янги замонавий техника ва технологияларнинг қўлланилиши тобора ривожланмоқда.

Мамлакатимизда ҳам ахборот технологияларининг жорий этилганлиги жамиятнинг ривожланиш даражасининг кўрсаткичи сифатида намоён бўлиб бормоқда. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислон Каримовнинг 2012 йил 27-июн матбуот ва ОАВ ходимлари куни муносабати йўллаган табригида ҳам Ахборот коммуникация технологиялари ва Интернет тизими ҳақида ҳам алоҳида тўхталиб ўтдилар:⁴⁷ **"Бугунги кунда ахборот оламида Интернет даври келгани, интернет-телевидение, интернет-радио, электрон почта, онлайн-видео каби кўплаб янги ахборот тарқатиш технологиялари қандай тез суръатлар билан ривожланиб, уларнинг аудиторияси ва таъсир доираси тобора кенгайиб бораётгани ҳақида ортиқча гапиришга зарурат йўқ, деб ўйлайман.** Бундай ахборот воситаларига асосан ёшларнинг жуда катта қизиқиш билан қараши ва улардан кенг фойдаланишини ҳисобга оладиган бўлсак, ҳақиқатан ҳам, бу масаланинг нақадар улкан аҳамиятга эга эканини англаш қийин эмас. Айтиш керакки, ёшлар билан тенг бўлиб, самимий ва самарали мулоқот қилиш учун мана шундай ахборот-коммуникация технологияларини барча журналистлар, биринчи навбатда, ёш журналистларимиз ҳар томонлама чуқур ва атрофлича эгаллаши кераклигини кимгадир тушунтириб беришга ҳеч қандай ҳожат йўқ"

Дарҳақиқат, мазкур соҳани чуқур ўрганиш замоннинг энг катта талабларидан биридир. Шу соҳага оид илмий изланишлар эса аҳамиятга моликдир.

⁴⁷ Ўзбекистон Республикаси Президентининг матбуот ва оммавий ахборот воситалари ходимларига табриги. "Халқ сўзи", 2008 йил 28 июнь, №1 27.

Мазкур дилом иши давомида ўрганилган ва таҳлил этилган мавзулар фикримизнинг яққол тасдиғидир.

Электрон нашрлар ва уларнинг оммавийлиги, веб-саҳифалар ва улардаги ахборотнинг янгиланиб туриш зарурати, Интернет нашрларнинг ўзига хослигини таъминлайди ва бошва ОАВларда Интернет нашрларни ажратиб туради. Мазкур бобда ана шулар чуқур таҳлил этилиб, бир қанча услубий кўрсатмалар ҳам берилади. Миллий доменда санъат тарғиботи (2014йил мисолида) да мамлакатимизда санъатга ихтисослашган босма оммавий ахборот воситалари, яъни Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси ҳузуридаги Олий аттестация комиссияси томонидан рўйхатга олинган журналлар, газеталарнинг рўйхатларида санъатга доир мақолаларнинг ёритилгани ўрганилиб чиқилган ва интернет нашрларидаги санъат сайтларда берилган мақолалар билан таққослаган ҳолда таҳлил этилган.

Онлайн тизимда санъат мавзусининг ёритилишида журналистнинг касб одоби масалаларидаги таҳлилий маълумотлар ишнинг амалий босқичини ташкил этади.

Қуйида ушбу ишимизнинг мантиқий яқуни бўлмиш хулосаларимизни баён этамиз:

1. Санъат соҳасини кенг таҳлилий ёритадиган сайтлар етишмаслиги;
2. Санъатга ихтисослашган электрон нашрларнинг деярли талабга жавоб бермаслиги;
3. Санъатдан кўра асосий шоу-бизнесга кириб кетиб бир ёқламаликка ўтиб кетиш ҳолатлари;
4. Санъат асарлари эмас фақатгина санъаткорни пиарига ихтисослашиб қолиши;
5. Журналистларнинг касб этикаси ва маданиятига амал қилмаслиги;
6. Ҳар қандай қўлга киритиладиган факт ёки далил чуқур ўрганилиши, таҳлил қилиниши, фикрлар бир ёқлама бўлмаслиги, энг муҳими журналистнинг ўз нуқтаи назари, холис позицияси бўлиши зарур;

7. Санъатнинг барча йўналишларини кенг ёритадиган махсус портал ташкил этиш эҳтиёжи уни бир неча тилда фаолият юритишини таъминлаш.

Сўнгги сўз ўрнида: Тараққиётнинг шиддатли ривожланиб бораётгани барча йўналишдаги ислохотларни тўхтовсиз ва янгиланиб боришини тақозо қилмоқда. Жамиятдаги қайсидир соҳа ислохотдан, янгиланишдан, ривожланишдан четда қолса, ундаги муаммолар жуда қисқа фурсатларда ўз қобиғидан ташқарига учриб бошқа соҳаларга таъсир ўтказиб, тез орада жамият тараққиётига ўз таъсирини ўтказа бошлайди.

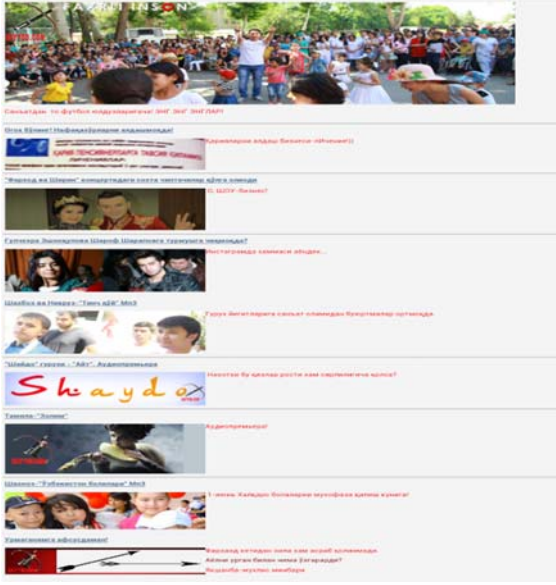
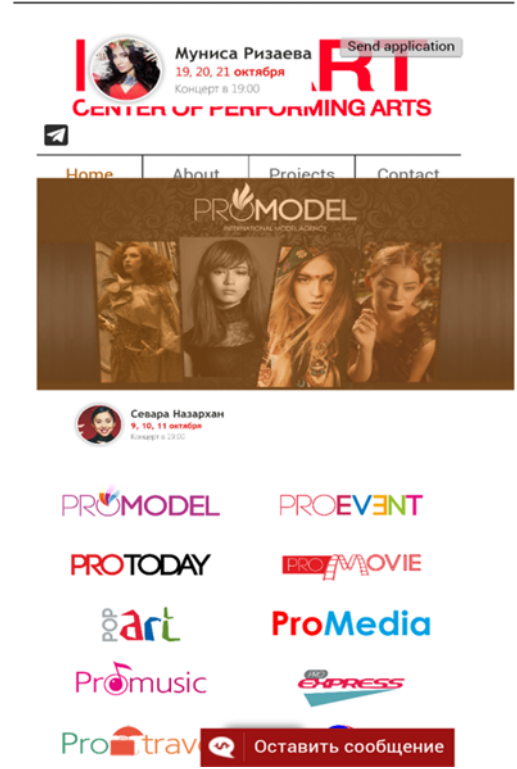
Ягона истагимиз оммага тезкор таъсир ўтказиш воситаси бўлган интернет нашрларимиз жамоатчиликда иккиланишларни юзага келтирадиган қандайдир миш-мишлар, ғийбат ва шов-шувлар тарқатадиган, шахсий адоват, ғараз мақсадларни кўзловчи PR-акцияларни амалга ошириш минбари бўлиб қолмасдан, аксинча ишончли, холис ахборот манбасига айлансин!

Фойдаланилган адабиётлар:

1. Lex.uz (ахборотлаштириш)
2. С.Г. Корконосенко. “Основы журналистики”, 166-бет, Москва-2002
3. И. А. Каримов. “Жамиятимиз мафкуриси халқни халқ, миллатни миллат қилишга хизмат этсин” // Баркамол авлод орзуси (Кадрлар тайёрлаш миллий дастурини амалга ошириш борасида публицистик мулоҳазалар) – Т.: “Шарқ”, 1998, - 33 -бет
4. Ахборот хавфсизлиги: ечим ва муаммолар. Т: “Истеъдод”. 2004, 25-бет.
5. Ўзбекистон Республикаси Президентининг матбуот ва оммавий ахборот воситалари ходимларига табриги. “Халқ сўзи”, 2008 йил 28 июнь, №1 27.
6. Р. Реддик, Э Кинг Журналистика в стиле он-лайн Пер. Сангл –Москва, 1999 г.
7. С.М.Гуревич. Газетадаги репортаж. М., 1963
8. В. А. Галатенко. Основы информационной безопасности. Москва. 2003. www.intuit.ru
9. Медиафорум. Роль современных информационно-коммуникационных технологий в деятельности печатных СМИ и перспективы развития интернет-ресурсов страны. Т.,2007
10. Н.Қосимова “Интернет журналистикаси янги соҳа ” Ўзбекистон матбуоти журнали: . 2010 йил №1 сон
11. Н.Қосимова “Журналистика ижтимоий институт сифатида”
12. Н.Қосимова “Интернет журналистикасининг технологик асослари”
13. Kultura.uz; Sayyod.uz; (com) Shov-shuv.uz; globalproart.com
14. Fattoxon.com;
15. Teatr.uz;
16. uz.mcs.uz;
17. Uza.uz;
18. Uz24.uz;

19. Kun.uz;
20. Daryo.uz;
21. Olam.uz;
22. Uztoday.uz;
23. www.tuit.uz/blog
24. www.cheb.ru/doma/m_pavlova.
25. www.newsman.tsu.ru/wp-content/.../Журналистика-и-конвергенция
26. Засурский И. И. Масс-медиа второй республики. — Издательство МГУ, 1999. — 272 с. — 5000 экз.
27. www.kau.se/forskare/anna-brunstrom/publikatione

ИЛОВА



← → kultura.uz/page_ [3] ★

Мы охватываем новости культуры Узбекистана: театр, кино, музыка, история, литература, просвещение и многое другое.

Главная Панорама Вернисаж Театр Кинопром Музыка Турбизнес Личная жизнь Литература Мир знаний

Главное сегодня

МОЛОДЕЖНЫЙ ТЕАТР УЗБЕКИСТАНА

21.05.2015 11:17:46
Молодежный театр Узбекистана. Репертуар на июнь
 87-й театральный сезон. Репертуар на июнь 2015 г. [Далее...](#)

21.05.2015 11:17:46
Вернисаж
 Выставка Black is shadow [Далее...](#)

21.05.2015 11:17:46
Кинопром
 Поданы итоги Каннского фестиваля [Далее...](#)

21.05.2015 11:17:46
Музыка
 Премьера клипа Нилофар Усмановой на престижном видеоканале Vevo [Далее...](#)

21.05.2015 11:17:46
Мир знаний
 Красный острый перец. Температурный лекарь [Далее...](#)

21.05.2015 11:17:46
Панорама
 Бухара будет превращена в один из центров мирового туризма. К итогам 14 Международного фестиваля "Шелк и Специи" [Далее...](#)

21.05.2015 11:17:46
Вестминстерский университет в Ташикенте
 Мир знаний [Далее...](#)

21.05.2015 11:17:46
Музыка
 Премьера клипа Нилофар Усмановой на престижном видеоканале Vevo [Далее...](#)

21.05.2015 11:17:46
Литература
 Презентация книги "Бувы на камнях" в Национальной библиотеке Узбекистана [Далее...](#)

21.05.2015 11:17:46
Театр
 Презентация книги "Бувы на камнях" в Национальной библиотеке Узбекистана [Далее...](#)

← → kultura.uz [3] ★

Мы охватываем новости культуры Узбекистана: театр, кино, музыка, история, литература, просвещение и многое другое.

Главная Панорама Вернисаж Театр Кинопром Музыка Турбизнес Личная жизнь Литература Мир знаний

Главное сегодня

21.05.2015 11:17:46
Краски лета в ТРЦ Samarqand Darvoza
 Яркое мероприятие в Ташикенте 13-14 июня. Ярмарка мастеров "Краски лета" в ТРЦ Samarqand Darvoza [Далее...](#)

21.05.2015 11:17:46
Вестминстерский университет в Ташикенте
 Мир знаний [Далее...](#)

21.05.2015 11:17:46
Музыка
 Премьера клипа Нилофар Усмановой на престижном видеоканале Vevo [Далее...](#)

21.05.2015 11:17:46
Литература
 Презентация книги "Бувы на камнях" в Национальной библиотеке Узбекистана [Далее...](#)

21.05.2015 11:17:46
Театр
 Презентация книги "Бувы на камнях" в Национальной библиотеке Узбекистана [Далее...](#)