



**O'ZBEKISTON MILLIY UNIVERSITETI
HUZURIDAGI PEDAGOG KADRLARNI
QAYTA TAYYORLASH VA ULARNING
MALAKASINI OSHIRISH TARMOQ
(MINTAQAVIY) MARKAZI**

**OMMAVIY AXBOROT SOHASIDA
INTERNET JURNALISTIKANING O'RNI**

MODULI BO'YICHA
O'QUV – USLUBIY
MAJMUA

2025

O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIY TA‘LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI

OLIY TA‘LIM TIZIMI KADRLARINI QAYTA
TAYYORLASH VA MALAKASINI OSHIRISH INSTITUTI

O‘ZBEKISTON MILLIY UNIVERSITETI HUZURIDAGI PEDAGOG
KADRLARNI QAYTA TAYYORLASH VA ULARNING MALAKASINI
OSHIRISH TARMOQ (MINTAQAVIY) MARKAZI

Ommaviy axborot sohasida Internet jurnalistikaning o‘rni

MODULI BO‘YICHA
O‘QUV–USLUBIY MAJMUA

Toshkent - 2025

Mazkur modulning o‘quv-uslubiy majmuasi Oliy ta’lim, fan va innovatsiyalar vazirligining 2024-yil “27” dekabrda 485-sonli buyrug‘i bilan tasdiqlangan o‘quv reja va namunaviy dastur asosida tayyorlandi.

Tuzuvchi: O‘zMU, “Jurnalistika” kafedrasida professori, f.f.d. (DSc)
Y.Hamdami

Taqriychi: O‘zbekiston davlat jahon tillari universiteti, “Xalqaro jurnalistika” fakulteti dotsenti, filologiya fanlari doktori (DSc) f.f.d. Yu.A. Artikova.

*O‘quv-uslubiy majmua Mirzo Ulug‘bek nomidagi O‘zbekiston Milliy universiteti
Kengashining qarori bilan nashrga tavsiya qilingan
(2024- yil “29” noyabrda 4-sonli bayonnoma).*

MUNDARIJA

<u>I. ISHCHI DASTUR</u>	5-19
II. MODULNI O‘QITISHDA FOYDALANILADIGAN INTERFAOL TA’LIM METODLARI.	20-25
III. NAZARIY MASHG‘ULOT MATERIALLARI	26-50
<u>IV. AMALIY MASHG‘ULOT MATERIALLARI</u>	51-63
<u>V. GLOSSARIY</u>	65-67
VI. ADABIYOTLAR RO‘YXATI.....	68-72

I. ISHCHI DASTUR

Kirish

Ushbu dastur O‘zbekiston Respublikasining 2020-yil 23-sentabrda tasdiqlangan “Ta’lim to‘g‘risida” Qonuni, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2015-yil 12-iyundagi “Oliy ta’lim muassasalarining rahbar va pedagog kadrlarini qayta tayyorlash va malakasini oshirish tizimini yanada takomillashtirish to‘g‘risida” PF-4732-son, 2019-yil 27-avgustdagi “Oliy ta’lim muassasalari rahbar va pedagog kadrlarining uzluksiz malakasini oshirish tizimini joriy etish to‘g‘risida” PF-5789-son, 2019-yil 8-oktabrdagi “O‘zbekiston Respublikasi oliy ta’lim tizimini 2030-yilgacha rivojlantirish konsepsiyasini tasdiqlash to‘g‘risida” PF-5847-son, 2020-yil 29-oktabrdagi “Ilm-fanni 2030-yilgacha rivojlantirish konsepsiyasini tasdiqlash to‘g‘risida” PF-6097-son, 2022-yil 28-yanvardagi “2022-2026 yillarga mo‘ljallangan Yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to‘g‘risida” PF-60-son, 2023-yil 25-yanvardagi “Respublika ijro etuvchi hokimiyat organlari faoliyatini samarali yo‘lga qo‘yishga doir birinchi navbatdagi tashkiliy chora-tadbirlar to‘g‘risida” PF-14-son, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 11-sentabrdagi “O‘zbekiston—2030” strategiyasi to‘g‘risida” PF-158-son Farmonlari, shuningdek, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2024-yil 21-iyundagi “Aholi va davlat xizmatchilarining korrupsiyaga qarshi kurashish sohasidagi bilimlarini uzluksiz oshirish tizimini joriy qilish chora-tadbirlari to‘g‘risida” PQ-228-son, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2021-yil 17-fevraldagi “Sun‘iy intellekt texnologiyalarini jadal joriy etish uchun shart-sharoitlar yaratish chora-tadbirlari to‘g‘risida” PQ-4996-son qarorlari va O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining “Oliy ta’lim muassasalari rahbar va pedagog kadrlarining malakasini oshirish tizimini yanada takomillashtirish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida” 2019-yil 23-sentabrdagi 797-son hamda O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining “Oliy ta’lim tashkilotlari rahbar va pedagog kadrlarini qayta tayyorlash va malakasini oshirish tizimini samarali tashkil qilish chora-tadbirlari to‘g‘risida” 2024-yil 11-iyuldagi 415-son Qarorlarida belgilangan ustuvor vazifalar mazmunidan kelib chiqqan holda tuzilgan bo‘lib, u oliy ta’lim muassasalari pedagog kadrlarining kasb mahorati hamda innovatsion

kompetentligini rivojlantirish, sohaga oid ilg'or xorijiy tajribalar, yangi bilim va malakalarni o'zlashtirish, shuningdek amaliyotga joriy etish ko'nikmalarini takomillashtirishni maqsad qiladi.

Dastur doirasida berilayotgan mavzular ta'lim sohasi bo'yicha pedagog kadrlarni qayta tayyorlash va malakasini oshirish mazmuni, sifati va ularning tayyorgarligiga qo'yiladigan umumiy malaka talablari va o'quv rejalari asosida shakllantirilgan bo'lib, uning mazmuni yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi va jamiyatning ma'naviy asoslarini yoritib berish, oliy ta'limning normativ-huquqiy asoslari bo'yicha ta'lim-tarbiya jarayonlarini tashkil etish, pedagogik faoliyatda raqamli kompetensiyalarni rivojlantirish, ilmiy-innovatsion faoliyat darajasini oshirish, pedagogning kasbiy kompetensiyalarini rivojlantirish, ta'lim sifatini ta'minlashda baholash metodikalaridan samarali foydalanish, biologiya fanini o'qitishda IT (information texnologiyalar) ma'lumot materiallaridan foydalanish, biologik makromolekulalar va ularning ahamiyatini ochib berish bo'yicha tegishli bilim, ko'nikma, malaka va kompetensiyalarni rivojlantirishga yo'naltirilgan.

Modulning maqsadi va vazifalari

Oliy ta'lim muasasalari pedagog kadrlarini qayta tayyorlash va ularning malakasini oshirish kursining **maqsadi** pedagog kadrlarning innovatsion yondoshuvlar asosida o'quv-tarbiyaviy jarayonlarni yuksak ilmiy-metodik darajada loyihalashtirish, sohadagi ilg'or tajribalar, zamonaviy bilim va malakalarni o'zlashtirish va amaliyotga joriy etishlari uchun zarur bo'ladigan kasbiy bilim, ko'nikma va malakalarini takomillashtirish, shuningdek ularning ijodiy faolligini rivojlantirishdan iborat

Kursning **vazifalariga** quyidagilar kiradi:

“Internet jurnalistika” yo'nalishida pedagog kadrlarning kasbiy bilim, ko'nikma, malakalarini takomillashtirish va rivojlantirish;

-pedagoglarning ijodiy-innovatsion faollik darajasini oshirish;

-pedagog kadrlar tomonidan zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalari, zamonaviy ta'lim va innovatsion texnologiyalar sohasidagi ilg'or xorijiy tajribalarning o'zlashtirilishini ta'minlash;

-o'quv jarayonini tashkil etish va uning sifatini ta'minlash borasidagi ilg'or

xorijiy tajribalar, zamonaviy yondashuvlarni o‘zlashtirish;

“Internet jurnalistika” yo‘nalishida qayta tayyorlash va malaka oshirish jarayonlarini fan va ishlab chiqarishdagi innovatsiyalar bilan o‘zaro integratsiyasini ta’minlash.

Kurs yakunida tinglovchilarning bilim, ko‘nikma va malakalari hamda kompetensiyalariga qo‘yiladigan talablar:

Qayta tayyorlash va malaka oshirish kursining o‘quv modullari bo‘yicha tinglovchilar quyidagi yangi bilim, ko‘nikma, malaka hamda kompetensiyalarga ega bo‘lishlari talab etiladi:

Tinglovchi:

- “Yangi O‘zbekiston” konsepsiyasi, uning mazmun mohiyati va asosiy tamoyillarini;
- O‘zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasida inson va fuqaroning asosiy huquqlari, erkinliklari va burchlarini;
- O‘zbekiston Respublikasining “Ilm-fan va ilmiy faoliyat to‘g‘risida” hamda “Innovatsion faoliyat to‘g‘risida” Qonunlarini;
- O‘zbekiston Respublikasining zamonaviy konstitutsionalizmini;
- aholi talablariga va xalqaro standartlarga to‘liq javob beradigan ta’lim, tibbiyot va ijtimoiy himoya tizimini tashkil qilishni;
- “Yashil” va inklyuziv iqtisodiy o‘shish tamoyillariga asoslangan yuqori iqtisodiy o‘shish dasturlari va ularning amaliyotga tadbiq etish istiqbollari;
- O‘zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasida ma’muriy-hududiy va davlat tuzilishi masalalarini;
- jamiyatning iqtisodiy negizlarini;
- “Xavfsiz va tinchliksevar davlat” tamoyiliga asoslangan siyosatni;
- Oliy ta’lim sohasiga oid qonun hujjatlari va ularning mazmunini;
- O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining oliy ta’lim tizimiga oid farmonlari, qarorlarini;

- O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining oliy ta’lim tizimiga tegishli qarorlarini;

- Oliy ta’lim, fan va innovatsiya vazirligining ta’lim jarayonlarini rejalashtirish va tashkil etishga oid buyruqlarini;

- Davlat ta’lim standartlari, ta’lim yo‘nalishlari va magistratura mutaxassisliklarining Malaka talablari, o‘quv rejalari, fan dasturlari va ularga qo‘yiladigan talablarni, o‘quv yuklamalarini rejalashtirish va ularning bajarilishini nazorat qilish usullarini;

- oliy ta’lim tizimida korrupsiya va korrupsiyaga oid huquqbuzarliklarga qarshi kurashish vazifalari, mazmun-mohiyati, yuzaga kelish sabablari, ijtimoiy-huquqiy omillarini;

- ta’lim jarayonini raqamli transformatsiyasini;
- raqamli ta’lim resurslari va dasturiy mahsulotlarini;
- raqamli ta’lim resursini pedagogik loyihalash texnologiyasini;
- mediasavodxonlik va xavfsizlik asoslarini;
- raqamli ta’lim resurslarini loyihalash uchun asosiy talablarni;
- meta texnologiyalar tushunchasi, avzalliklari va kamchiliklarini;
- zamonaviy ta’lim tizimida sun’iy intellekt (AI) ning ahamiyatini;
- ta’limda sun’iy intellektningdan foydalanish istiqbollari va xavflarini;
- bilimlarni sinash va baholashning aqlli tizimlarini;
- jahonda oliy ta’lim rivojlanish tendensiyalari: umumiy trendlar va strategik yo‘nalishlarni;

- zamonaviy ta’limning global trendlarini;
- inson kapitalining iqtisodiy o‘shning asosiy omili sifatida rivojlanishida ta’limning yoshdagi ahamiyatini;

- oliy ta’limning zamonaviy integratsiyasi: global va mintaqaviy makonda raqobatchilikdagi ustuvorliklari, universitetlarning xalqaro va milliy reytingini;

- xalqaro reyting turlari va ularning indikatorlarini;
- zamonaviy universitet jamiyatning faol, ko‘pqirrali va samarali faoliyat

yurituvchi instituti sifatidagi uchta yirik vazifalarini;

- universitetlarning zamonaviy modellarini;
- zamonaviy kelajak universitetlarning beshta asosiy modellarini;
- tadbirkorlik universiteti faoliyatining muhim yo‘nalishlarini;
- pedagogning kasbiy kompetensiyalarini rivojlantirishning nazariy asoslarini;
- innovatsion ta‘lim muhiti sharoitida pedagogning kasbiy kompetensiyalarini

rivojlantirish yo‘llarini;

- kasbiy kompetensiyalarning mazmun va mohiyatini;
- kasbiy kompetensiyalar va ularning o‘ziga xos xususiyatlarini;
- pedagogik texnikaning asosiy komponentlarini;
- pedagogik texnikani shakllantirish yo‘llarini;
- kasbiy kompetensiyalarni rivojlantirish jarayonini tashkil etishda innovatsion,

akmeologik, aksiologik, kreativ, reflektiv, texnologik, kompetentli, psixologik, andragogik yondashuvlar va xalqaro tajribalar hamda ularning kasbiy kompetensiyalarni rivojlantirishga ta‘sirini;

- kasbiy kompetensiyalarni rivojlantirish jarayonida pedagogik deontologiyaning roli, ahamiyatini;

- kasbiy kompetensiyalarni rivojlantirishda uchraydigan to‘siqlarni yechishda, to‘g‘ri harakatlar qilishda pedagogning kompetentlik va kreativlik darajasi, pedagogik kvalimetriyasini;

- talabalar kasbiy tayyorgarlik sifatini kompleks baholashning nazariyasini;
- ta‘lim sifatiga ta‘sir etuvchi omillarni;

- kredit-modul tizimida talabalarning bilimi, ko‘nikmasi, malakasi va kompetensiyalarini nazorat qilish va baholashning o‘ziga xos xususiyatlari, didaktik funksiyalarini;

- baholash turlari, tamoyillari va mezonlarini;
- zamonaviy jurnalistika fanining yutuqlarini;
- oqsillarning tuzilish darajalarini;
- Internet jurnalistika yo‘nalishida information texnologiyalarning o‘rnini;

- Internet jurnalistikada axborotlarni qayta ishlashda foydali dasturlarni;
- fanning rivojlanish boqichlari, uning mazmuni va vazifalarini;
- jurnalistika mutaxassisligidagi yutuqlarini;
- jurnalistika va Internet jurnakistikaning jamiyatdagi o‘rni va vazifalarini ***bilishi*** kerak.

Tinglovchi:

- “O‘zbekiston-2030” strategiyasining mazmun-mohiyati va ahamiyatini yoritib berish;
- O‘zbekistonning xalqaro maydondagi siyosiy va iqtisodiy aloqalarini tahlil etish va baholash;
- yangi O‘zbekistonning ma’naviy va madaniy tiklanish dasturlari asoslarini o‘zlashtirish;
- O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining Oliy ta’lim tizimiga tegishli qarorlari asosida ta’lim-tarbiya jarayonlarini tashkil etish;
- xorijiy tajribalar asosida malaka talablari, o‘quv rejalari va fan dasturlarini takomillashtirish;
- korrupsiyaga qarshi kurashish ichki tizimining huquqiy asoslarini shakllantirishda xalqaro tajribaning ahamiyatini yoritib berish;
- multimedia va infografika asosida interaktiv didaktik mayeriallar yaratish va bulut xizmatlarida saqlash;
- masofiviy ta’lim platformalari uchun video kontent yaratish;
- Internetda mualliflik huquqlarini himoya qilish usullaridan foydalanish;
- raqamli ta’lim resurslari sifatini baholash;
- pedagogik jarayonda sun’iy intellektning rolini tahlil qilish va ahamiyatini ochib berish;
- ta’lim sohasida sun’iy intellektdan foydalanishning afzalliklari va kamchiliklarini aniqlash;
- OTMlarni reyting bo‘yicha ranjirlash;

- jahon universitetlari reytingini tahlil etish va baholash;
- universitetlarni mustaqil baholash yondashuvlarini aniqlashtirish;
- tadbirkorlik universitetiga o'tish uchun zarur bo'ladigan o'zgarishlarni aniqlash;
- Universitet 1.0 dan Universitet 3.0 modeliga o'tish borasidagi muammolarni aniqlash;
- zamonaviy tadbirkorlik universiteti modeli tamoyillarini o'zlashtirish;
- pedagoglarning kreativ potentsiali tushunchasi va mohiyatini ochib berish;
- pedagoglar kasbiy kompetensiyalarini rivojlantirishning innovatsion texnologiyalarini qo'llash;
- o'qituvchi faoliyatida pedagogik texnikaning ahamiyatini yoritib berish;
- tinglovchilar diqqatini o'ziga tortish usullaridan foydalanish;
- kasbiy kompetensiyalarni shakllantirish va rivojlantirish yo'llarini tahlil etish;
- kasbiy kompetensiyalarni rivojlantirish jarayonida uchraydigan to'siqlar, qiyinchiliklar va ularni bartaraf etish;
- talabalarning o'quv auditoriyadagi faoliyatini baholash;
- talabalarning kurs ishi, bitiruv malakaviy ishi, o'quv-malakaviy amaliyot (mehnat faoliyati)ini nazorat qilish;
- baholashning miqdor va sifat tahlilini amalga oshirish;
- Internet global tarmog'i imkoniyatlarini hisobga olgan holda, mashg'ulotlar davomida qo'llash;
- Axborot texnologiyalari taraqqiyotida internet tizimining o'rni;
- Dunyo miqyosida faoliyat yuritayotgan "Facebook", "Twitter", "VKontakte", "Odnoklassniki" kabi ijtimoiy tarmoqlar axborot makonining tarkibiy qismiga sifatida;
- Bloggerlik ommaviy axborot sohasidagi faoliyat turi sifatida. Bloggerlik ommaga axborot uzatishdagi yangi yo'nalish sifatida;
- Tarmoq katak (blog)lardan iboratligi va bloglarning o'zaro birlashishi blogosferaning katakli tuzilishini shakllantirishda muhim omil sifatida;
- Rivojlangan mamalakatlarda «jurnalistika» atamasining talqini (faqat ijod turi,

deya e'tirof etilishi);

- Noodatiy manzara, ya'ni davlat yoki jamoatchilik vakillarining keng ommadan ayrim axborotni yashirishga urinishlari va bunday holatda blogerlarning yangilik haqida bilganlaricha gapirib, yetakchilikni qo'lga olishda ko'nikma hosil qilishi.

Tinglovchi:

- O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasidagi asosiy o'zgarishlarni tahlil qilish va ularning zarurligini muhokama etish;

- O'zbekiston Respublikasida ilm-fanni 2030-yilgacha rivojlantirish konsepsiyasining mazmun-mohiyati va ahamiyatini ochib berish;

- mamlakatimizning raqamli va harbiy-tibbiy infratuzilmasini takomillashtirishga oid chora tadbirlar bilan ishlash;

- davlat hokimiyatining tashkil etilishining konstitutsiyaviy asoslarini o'zlashtirish;

- Oliy ta'lim, fan va innovatsiya vazirligining ta'lim-tarbiya jarayonini tashkil etishga oid buyruqlari, Davlat ta'lim standartlari, ta'lim yo'nalishlarining va magistratura mutaxassisliklarining malaka talablari, o'quv rejalar va fan dasturlarini takomillashtirish;

- o'quv yuklamalarni rejalashtirish va ularning bajarilishini nazorat qilish;

- meyoriy uslubiy hujjatlarni ishlab chiqish amaliyotini takomillashtirish mexanizmlarini tahlil etish;

- korrupsiyaviy xavf-xatarlarni aniqlash, ularni majburiy baholash, korrupsiya xavfi yuqori hisoblangan lavozimlar ro'yhatini shakllantirish, xavflar darajasini pasaytirish chora tadbirlarini amalga oshirish tartibidan samarali foydalanish;

- an'anaviy va raqamli ta'limda pedagogik dizaynning xususiyatlarini ochib berish;

- onlayn mashg'ulotlarni tashkil etishda raqamli texnologiyalardan foydalanish;

- mediasavodxonlik va xavfsizlik asoslarini o'zlashtirish;

- pedagogik faoliyatda raqamli kompetensiyalarni rivojlantirish;

- raqamli ta'lim resurslaridan foydalanish;
- meta texnologiyalarni ta'limga samarali integratsiya qilish yo'llaridan foydalanish;
- ta'limdagi sun'iy intellektning xususiyatlarini muhokama qilish;
- xalqaro reyting turlari va ularning indikatorlarining ahamiyatini ochib berish;
- OTM reytingiga ta'sir etuvchi omillarni tahlil etish;
- universitetlarning zamonaviy modellarini o'rganish;
- OTM bitiruvchilari va xodimlari tomonidan texnologiyalar transferiga litsenziyalar oluvchi startaplarni shakllantirish va yaratish;
- professor-o'qituvchilarning tadqiqotchi sifatidagi nashr faolligini rivojlantirish istiqbollari tahlil etish;
- innovatsion ta'lim muhiti sharoitida pedagogning kasbiy kompetensiyalarini rivojlantirish;
- pedagog kasbiy kompetensiyalarini rivojlantirish xususiyatlarini tahlil etish va baholash;
- ijtimoiy va kasbiy tajribaga asoslangan intellektual mashqlarni ishlab chiqish;
- o'quv jarayoni ishtirokchilarini bir-birlari bilan tanishtirish, samimiy do'stona munosabat va ijodiy muhitni yuzaga keltirish, tinglovchilarning ijodiy imkoniyati va shaxsiy sifatlarini ochish, tinglovchilarning hamkorlikda ishlashlari uchun qulay sharoitni vujudga keltirish;
- tinglovchilarning kasbiy kompetensiyalarini o'rganish, tanishish;
- kasbiy kompetensiyalarni rivojlantirish jarayonida pedagogik deontologiyaning roli, ahamiyatini ochib berish;
- ta'lim sifatiga ta'sir etuvchi omillar (moddiy-texnik baza, professor-o'qituvchilarning salohiyati va o'quv-metodik ta'minot)ni tahlil etish va baholash;
- talabalarning o'quv auditoriyadan tashqari faoliyatini baholash;
- talabalarning o'quv auditoriyadan tashqari faoliyatini baholashda o'quv topshiriqlari (reproduktiv, produktiv, qisman-izlanishli, kreativ (ijodiy) murakkablik)ni ishlab chiqish metodikasidan samarali foydalanish;

- Axborot texnologiyalari taraqqiyotida internet tizimining o‘rni;
- Dunyo miqyosida faoliyat yuritayotgan “Facebook”, “Twitter”, “VKontakte”, “Odnoklassniki” kabi ijtimoiy tarmoqlar axborot makonining tarkibiy qismiga sifatida;
- Blogerlik ommaviy axborot sohasidagi faoliyat turi sifatida. Blogerlik ommaga axborot uzatishdagi yangi yo‘nalish sifatida;
- Tarmoq katak (blog)lardan iboratligi va bloglarning o‘zaro birlashishi blogosferaning katakli tuzilishini shakllantirishda muhim omil sifatida;
- Rivojlangan mamalakatlarda «jurnalistika» atamasining talqini (faqat ijod turi, deya e’tirof etilishi);
- Noodatiy manzara, ya’ni davlat yoki jamoatchilik vakillarining keng ommadan ayrim axborotni yashirishga urinishlari va bunday holatda blogerlarning yangilik haqida bilganlaricha gapirib, yetakchilikni qo‘lga olishlar ko‘nikma hosil qilishi.
- tarmoqlariga oid ma’lumotlarni olish, tahlil qilish, darslarda foydalanish *malakalariga* ega bo‘lishi zarur.

Tinglovchi:

- 2030-yilgacha O‘zbekiston Respublikasining yashil iqtisodiyotga o‘tish va ekologik barqarorlikga erishish strategiyasi mohiyati bilan tanishish;
- “Yashil” va inklyuziv iqtisodiy o‘shish tamoyillariga asoslangan yuqori iqtisodiy o‘shish dasturlarini amaliyotga tadbiiq etish;
- yoshlar ma’naviyatini oshirish bo‘yicha davlat dasturlari yuzasidan muhokama tashkil etish va ulardan samarali foydalanish;
- O‘zbekiston Respublikasi Oliy ta’lim, fan va innovatsiya vazirligining buyruqlari asosida ta’lim-tarbiya jarayonlarini tashkil etish;
- Davlat ta’lim standartlari, malaka talablari, o‘quv rejalar va fan dasturlar asosida fanning ishchi dasturini ishlab chiqish amal qilish va ularni ijrosini ta’minlash;
- oliy ta’lim tizimida manfaatlar to‘qnashuviga yo‘l qo‘yilganlik holatlarini aniqlash, manfaatlar to‘qnashuvi yuzaga kelishi mumkin bo‘lgan sohalarni oldini olish va bartaraf etish uchun chora-tadbirlar ishlab chiqish, fuqarolarni ishga qabul qilish

jarayonlarini nazoratga olinishini ta'minlash (nomzodlarni tekshirish tartibi), ushbu sohada qo'llanishi lozim bo'lgan xorij tajribasidan foydalanish;

- raqamli ta'lim resurslari va dasturiy mahsulotlarini o'quv jarayoniga faol tatbiq etilishini tashkil etish;

- raqamli ta'lim resursini pedagogik loyihalash texnologiyasi asoslarini o'zlashtirish;

- raqamli ta'lim muhitida pedagogik dizaynga oid innovatsiyalarni amaliyotga tatbiq etish;

- meta texnologiyalarni tahlil qilish va ularning ta'limdagi ta'sirini ochib berish;

- sun'iy intellektning asosiy xususiyatlarini asoslab berish;

- universitetlarning xalqaro va milliy reytingini baholash;

- OTMlarda talim, ilmiy va innovatsion faoliyatni rivojlantirish, ilmiy tadqiqot natijalarni tijoratlash tirish yo'llarini tahlil etish va amaliyotga tadbiq etish;

- «Amaliyotchi professorlar» (PoP, Professor of Practice) modelini qo'llash;

- professor-o'qituvchilarning tadqiqotchi sifatidagi nashr faolligini rivojlantirish istiqbollari yoritib berish;

- pedagogning kasbiy kompetensiyalarini rivojlantirishning nazariy asoslarini amaliyotga tadbiq etish;

- pedagogning kasbiy kompetensiyalarini rivojlantirishning pedagogik-psixologik trayektoriyalarini ishlab chiqish;

- kasbiy kompetensiyalarni rivojlantirish jarayonida uchraydigan to'siqlarning xilma-xilligi va o'ziga xos xususiyatlari, sabablarini amaliy tomonlarini yoritish, ularni yechish bosqichlarini guruh bilan birgalikda aniqlash;

- talabalar kasbiy tayyorgarlik sifatini kompleks baholash;

- talabalar kasbiy tayyorgarlik sifatini kompleks baholashning elektron monitoring tizimini yuritish;

- talabalarning ta'limiy (o'quv predmetlari), tarbiyaviy (ma'naviy-ma'rifiy tadbirlar) va rivojlantiruvchi (ilmiy-tadqiqot ishi, start-up loyihalar) maqsadlarini baholash;

- XXI-asr media maydonida tarqalayotgan turli axborotlar mazmun-mohiyatini anglab yetish;
- Jahondagi eng mashhur ijtimoiy tarmoqlarning faoliyatini chuqur anglab yetish;
- Blogerlikning jahon axborot maydoni va O‘zbekistonda faoliyatidagi o‘rmini o‘rganish;
- Ijtimoiy tarmoqdagi blog (katak) yuritishni shakllantirish va ustida ishlash;
- Jahon axborot maydonida jurnalist faoliyatning mazmun-mohiyatini atroflicha talqin etish;
- Blogerlarning ommaviy axborot vositalari faoliyatidagi voqea-hodisalarga baho berishda, feyk xabarlarini haqiqatga yaqin yoki yo‘qligini ajratish ko‘nikmasini hosil qilish *kompetensiyalariga* ega bo‘lishi lozim.

Modulni tashkil etish va o‘tkazish bo‘yicha tavsiyalar

Modulni o‘qitish ma’ruza va amaliy mashg‘ulotlar shaklida olib boriladi.

- Modulni o‘qitish jarayonida ta’limning zamonaviy metodlari, pedagogik texnologiyalar va axborot-kommunikatsiya texnologiyalari qo‘llanilishi nazarda tutilgan:
 - ma’ruza darslarida zamonaviy kompyuter texnologiyalari yordamida taqdimot va elektron-didaktik texnologiyalardan;
 - o‘tkaziladigan amaliy mashg‘ulotlarda texnik vositalardan, ekspress-so‘rovlar, test so‘rovlari, aqliy hujum, guruhli fikrlash, kichik guruhlar bilan ishlash, kollokvium o‘tkazish, va boshqa interaktiv ta’lim usullarini qo‘llash nazarda tutiladi.

Modulning o‘quv rejadagi boshqa modullar bilan bog‘liqligi va uzviyligi

“Internet jurnalistika modulimi o‘qitishda IT (information texnologiyalar) ma’lumot materiallardan foydalanish” moduli mazmuni o‘quv rejadagi “Yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi va jamiyatning ma’naviy asoslari”, “Oliy ta’limning normativ huquqiy asoslari hamda tizimda korrupsiya va manfaatlar to‘qnashuvining oldini olish”, “Pedagogik faoliyatda raqamli kompetensiyalar”, “Ilmiy

va innovatsion faoliyatni rivojlantirish”, “Pedagogning kasbiy kompetensiyalarini rivojlantirish” “Ta’lim sifatini ta’minlashda baholash metodikalari” ,“Jurnalistika ” mutaxassislik o’quv modullari bilan uzviy bog’langan holda pedagoglarning ta’lim jarayonida kasbiy pedagogik tayyorgarlik darajasini oshirishga xizmat qiladi.

Modulning oliy ta’limdagi o’rni

Modulni o’zlashtirish orqali tinglovchilar ta’lim jarayonida biologiya yo’nalishida information texnologiyalarning o’rni, katta ma’lumotlar va nukleotid va oqsil ketma-ketliklar ma’lumotlar bazasi tizimlaridan foydalanish va amalda qo’llashga doir kasbiy kompetentlikka ega bo’ladilar.

Modul bo’yicha soatlar taqsimoti

	Modul mavzulari	Auditoriya o’quv yuklamasi			
		Jami	jumladan		
			Nazariy	Amaliy mashg’ulot	Kochma mashg’ ulot
	Ijtimoiy tarmoqlar – yangi jurnalistik ijod ko’rinishi sifatida. Ijtimoiy tarmoqlarning jamoatchilik fikrini shakllantirishdagi ta’sir kuchi.	4	2	2	
	Ijtimoiy tarmoqlardagi jurnalistika. Axborot asri qonuniyatlari va uning rivojlanish tamoyillari.	4	2	2	
	Blogerlik ommaviy axborot sohasidagi faoliyat turi sifatida. Blogging fuqarolik jurnalistikasining asosiy shakllaridan biri sifatida.	6	2	4	
	Shaxsiy pozitsiyalarini bloger sifatida bildirishga intilish: sabab va mohiyat. Jurnalistlarning o’z kasbiy vazifalari.	4	2	2	
	Jami:	18	8	10	

NAZARIY MASHG‘ULOTLAR MAZMUNI

1-mavzu: Ijtimoiy tarmoqlar – yangi jurnalistik ijod ko‘rinishi sifatida.

Mavzuda ijtimoiy tarmoqlarga OAVning yangi shakli sifatida baho berilgan va ularning mazmun-mohiyati haqidagi fikrlar o‘z ifodasini topgan. (2 soat)

2-mavzu: Ijtimoiy tarmoqlardagi jurnalistika. Zamonaviy media-muhitda ijtimoiy tarmoqlarning faoliyati, uning jurnalistika bilan chambarchas jihatlari ko‘rsatib berilgan. (2 soat)

3-mavzu: Blogerlik ommaviy axborot sohasidagi faoliyat turi sifatida. Mavzuda blogerlikning zamonaviy jurnalistikadagi o‘rni, vazifalari va u bilan bog‘liq masalalar atroflicha ko‘rsatib berilgan. (4 soat)

4-mavzu: Shaxsiy pozitsiyalarini bloger sifatida bildirishga intilish: sabab va mohiyat. Mavzuda blogerlikning jurnalistika bilan qiyoslangan tarzdagi faoliyat, blogerlarning shaxsiy pozitsiyasi bilan bog‘liq masalalar amaliy tarzda ko‘rsatib berilgan. (2 soat)

AMALIY MASHG‘ULOTLAR MAZMUNI

1-amaliy mashg‘ulot: Ijtimoiy tarmoqlarning jamoatchilik fikrini shakllantirishdagi ta’sir kuchi. (2 soat)

Axborot oqimining tezlashuvi, jadallashuvi hamda universal texnologiyalar bilan bog‘liq umumbashariy rivojlanishlar globallashuv jarayoniga ta’siri.

2-amaliy mashg‘ulot: Axborot asri qonuniyatlari va uning rivojlanish tamoyillari.

Axborot asri qonuniyatlari va uning rivojlanish tamoyillari: voqealarni yozib oladigan va internetda joylashtiradigan texnikaviy moslamalarning professional va havaskor jurnalistlar o‘rtasidagi farqli tomonlari. Ijtimoiy tarmoqlarda jurnalist kasb odobi masalalari. (2 soat)

3-amaliy mashg‘ulot: Blogging fuqarolik jurnalistikasining asosiy shakllaridan biri sifatida. (2 soat)

«Fuqarolik jurnalistikasi»ning bloggingdek turi haqida: jahon tajribasi. Bloglarning jahon axborot makonidagi oʻrni va mavqei. Bloggerlar ijodida jurnalistika. Bloggerlarning turli vazifalarini birlashtirishdagi oʻrni. Bloggerlar va ommaviy axborot vositalari: oʻzaro hamkorlik jihatlari. Professional xodim va blogger.

4-amaliy mashgʻulot: Jurnalistlarning oʻz kasbiy vazifalari. (2 soat)

Jurnalistlarning oʻz kasbiy vazifalariga muvofiq, axborot vakuumida yashashlari mumkin emasligi, bloggerlardan olingan maʼlumotlar jurnalistlar tomonidan rasman eʼlon qilinmasa-da, ularni kundalik faoliyatlarida nazardan qochirmaslik sabablari. Odamlarning bloglarga oʻxshagan axborot manbalariga murojaat etish sabablari va professional jurnalistlarga boʻlgan ishonchining pasayishi omillari.

OʻQITISH SHAKLLARI

Mazkur modul boʻyicha quyidagi oʻqitish shakllaridan foydalaniladi:

- maʼruzalar, amaliy mashgʻulotlar (maʼlumotlar va texnologiyalarni anglab olish, aqliy qiziqishni rivojlantirish, nazariy bilimlarni mustahkamlash);
- davra suhbatlari (koʻrilayotgan loyiha yechimlari boʻyicha taklif berish qobiliyatini oshirish, eshitish, idrok qilish va mantiqiy xulosalar chiqarish);
- bahs va munozaralar (loyihalar yechimi boʻyicha dalillar va asosli argumentlarni taqdim qilish, eshitish va muammolar yechimini topish qobiliyatini rivojlantirish).

II. MODULNI O‘QITISHDA FOYDALANILADIGAN INTERFAOL TA’LIM METODLARI.

1. “KWHL” metodi

Metodning maqsadi: Mazkur metod tinglovchilarni yangi axborotlar tizimini qabul qilishi va bilimlarni tizimlashtirishi uchun qo‘llaniladi, shuningdek, bu metod tinglovchilar uchun mavzu bo‘yicha qo‘yidagi jadvalda berilgan savollarga javob topish mashqi vazifasini belgilaydi.

Izoh. KWHL:

Know – nimalarni bilaman?

Want – nimani bilishni xohlayman?

How - qanday bilib olsam bo‘ladi?

Learn - nimani o‘rganib oldim?

“KWHL” metodi	
<p>1. Nimalarni bilaman:</p> <p>-</p>	<p>2. Nimalarni bilishni xohlayman, nimalarni bilishim kerak:</p> <p>-</p>
<p>3. Qanday qilib bilib va topib olaman:</p> <p>-</p>	<p>4. Nimalarni bilib oldim:</p> <p>-</p>

2. “WIH” metodi

Metodning maqsadi: Mazkur metod tinglovchilarni yangi axborotlar tizimini qabul qilishi va bilimlarni tizimlashtirishi uchun qo‘llaniladi, shuningdek, bu metod tinglovchilar uchun mavzu bo‘yicha qo‘yidagi jadvalda berilgan oltita savollarga javob topish mashqi vazifasini belgilaydi.

What?	Nima? (ta’rifi, mazmuni, nima uchun ishlatiladi)	
Where?	Qaerda (joylashgan, qaerdan olish mumkin)?	

What kind?	Qanday? (parametrlari, turlari mavjud)	
When?	Qachon? (ishlatiladi)	
Why?	Nima uchun? (ishlatiladi)	
How?	Qanday qilib? (yaratiladi, saqlanadi, to'ldiriladi, tahrirlash mumkin)	

3. "SWOT-tahlil" metodi

Metodning maqsadi: mavjud nazariy bilimlar va amaliy tajribalarni tahlil qilish, taqqoslash orqali muammoni hal etish yo'llarni topishga, bilimlarni mustahkamlash, takrorlash, baholashga, mustaqil, tanqidiy fikrlashni, nostandart tafakkurni shakllantirishga xizmat qiladi.

S – (strength)	• kuchli tomonlari
W – (weakness)	• zaif, kuchsiz tomonlari
O – (opportunity)	• imkoniyatlari
T – (threat)	• xavflar

2.1-rasm.

4. "VEER" metodi

Metodning maqsadi: Bu metod murakkab, ko'ptarmoqli, mumkin qadar, muammoli xarakteridagi mavzularni o'rganishga qaratilgan. Metodning mohiyati shundan iboratki, bunda mavzuning turli tarmoqlari bo'yicha bir xil axborot beriladi va ayni paytda, ularning har biri alohida aspektlarda muhokama etiladi. Masalan, muammo ijobiy va salbiy tomonlari, afzallik, fazilat va kamchiliklari, foyda va zararlari bo'yicha o'rganiladi. Bu interfaol metod tanqidiy, tahliliy, aniq mantiqiy fikrlashni muvaffaqiyatli rivojlantirishga hamda o'quvchilarning mustaqil g'oyalari, fikrlarini yozma va og'zaki shaklda tizimli bayon etish, himoya qilishga imkoniyat

yaratadi. “Veer” metodidan ma’ruza mashg‘ulotlarida individual va juftliklardagi ish shaklida, amaliy va seminar mashg‘ulotlarida kichik guruhlardagi ish shaklida mavzu yuzasidan bilimlarni mustahkamlash, tahlili qilish va taqqoslash maqsadida foydalanish mumkin.

Metodni amalga oshirish tartibi:



trener-o‘qituvchi ishtirokchilarni 5-6 kishidan iborat kichik guruhlariga ajratadi;



trening maqsadi, shartlari va tartibi bilan ishtirokchilarni tanishtirgach, har bir guruhga umumiy muammoni tahlil qilinishi zarur bo‘lgan qismlari tushirilgan tarqatma materiallarni tarqatadi;



har bir guruh o‘ziga berilgan muammoni atroflicha tahlil qilib, o‘z mulohazalarini tavsiya etilayotgan sxema bo‘yicha tarqatmaga yozma havon qiladi.



navbatdagi bosqichda barcha guruhlar o‘z taqdimotlarini o‘tkazadilar. Shundan so‘ng, trener tomonidan tahlillar umumlashtiriladi, zaruriy axborotlr bilan to‘ldiriladi va mavzu yakunlanadi.

2.2-rasm.

Muammoli savol					
1-usul		2-usul		3-usul	
afzalligi	kamchiligi	afzalligi	kamchiligi	afzalligi	kamchiligi
Xulosa:					

5. “Keys-stadi” metodi

«**Keys-stadi**» - inglizcha soʻz boʻlib, («case» – aniq vaziyat, hodisa, «stadi» – oʻrganmoq, tahlil qilmoq) aniq vaziyatlarni oʻrganish, tahlil qilish asosida oʻqitishni amalga oshirishga qaratilgan metod hisoblanadi. Mazkur metod dastlab 1921 yil Garvard universitetida amaliy vaziyatlardan iqtisodiy boshqaruv fanlarini oʻrganishda foydalanish tartibida qoʻllanilgan. Keysda ochiq axborotlardan yoki aniq voqea-hodisadan vaziyat sifatida tahlil uchun foydalanish mumkin.

6. “Keys metodi” ni amalga oshirish bosqichlari

Ish bosqichlari	Faoliyat shakli va mazmuni
<p>1-bosqich: Keys va uning axborot taʼminoti bilan tanishtirish</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ yakka tartibdagi audio-vizual ish; ✓ keys bilan tanishish (matnli, audio yoki media shaklda); ✓ axborotni umumlashtirish; ✓ axborot tahlili; ✓ muammolarni aniqlash
<p>2-bosqich: Keysni aniqlashtirish va oʻquv topshirigʻni belgilash</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ individual va guruhda ishlash; ✓ muammolarni dolzarblik ierarxiyasini aniqlash; ✓ asosiy muammoli vaziyatni belgilash
<p>3-bosqich: Keysdagi asosiy muammoni tahlil etish orqali oʻquv topshirigʻining yechimini izlash, hal etish yoʻllarini ishlab chiqish</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ individual va guruhda ishlash; ✓ muqobil yechim yoʻllarini ishlab chiqish; ✓ har bir yechimning imkoniyatlari va toʻsiqlarni tahlil qilish; ✓ muqobil yechimlarni tanlash
<p>4-bosqich: Keys yechimini shakllantirish va asoslash, taqdimot.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ yakka va guruhda ishlash; ✓ muqobil variantlarni amalda qoʻllash imkoniyatlarini asoslash;

	✓ ijodiy-loyiha taqdimotini tayyorlash; ✓ yakuniy xulosa va vaziyat yechimining amaliy aspektlarini yoritish
--	---

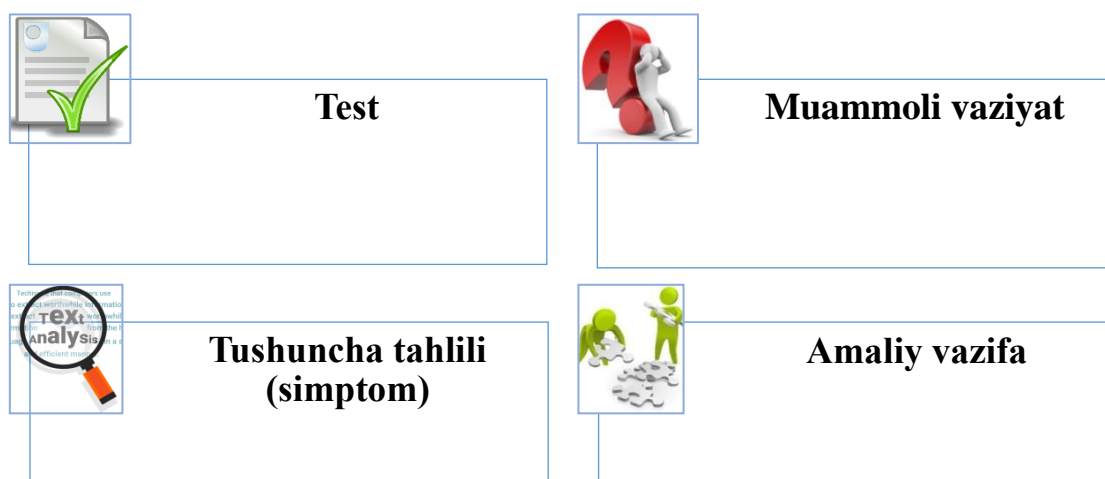
7. “Assesment” metodi

Metodning maqsadi: mazkur metod ta’lim oluvchilarning bilim darajasini baholash, nazorat qilish, o’zlashtirish ko’rsatkichi va amaliy ko’nikmalarini tekshirishga yo’naltirilgan. Mazkur texnika orqali ta’lim oluvchilarning bilish faoliyati turli yo’nalishlar (test, amaliy ko’nikmalar, muammoli vaziyatlar mashqi, qiyosiy tahlil, simptomlarni aniqlash) bo’yicha tashhis qilinadi va baholanadi.

8. Metodni amalga oshirish tartibi:

“Assesment”lardan ma’ruza mashg’ulotlarida talabalarning yoki qatnashchilarning mavjud bilim darajasini o’rganishda, yangi ma’lumotlarni bayon qilishda, seminar, amaliy mashg’ulotlarda esa mavzu yoki ma’lumotlarni o’zlashtirish darajasini baholash, shuningdek, o’z-o’zini baholash maqsadida individual shaklda foydalanish tavsiya etiladi. Shuningdek, o’qituvchining ijodiy yondashuvi hamda o’quv maqsadlaridan kelib chiqib, assesmentga qo’shimcha topshiriqlarni kiritish mumkin.

Har bir katakdagi to’g’ri javob 5 ball yoki 1-5 balgacha baholanishi mumkin.



2.3-rasm.

9. “Insert” metodi

Metodni amalga oshirish tartibi:

- o‘qituvchi mashg‘ulotga qadar mavzuning asosiy tushunchalari mazmuni yoritilgan matnni tarqatma yoki taqdimot ko‘rinishida tayyorlaydi;
- yangi mavzu mohiyatini yorituvchi matn ta‘lim oluvchilarga tarqatiladi yoki taqdimot ko‘rinishida namoyish etiladi;
- ta‘lim oluvchilar individual tarzda matn bilan tanishib chiqib, o‘z shaxsiy qarashlarini maxsus belgilar orqali ifodalaydilar. Matn bilan ishlashda talabalar yoki qatnashchilarga quyidagi maxsus belgilardan foydalanish tavsiya etiladi:

Belgilar	Matn
“V” – tanish ma’lumot.	
“?” – mazkur ma’lumotni tushunmadim, izoh kerak.	
“+” bu ma’lumot men uchun yangilik.	
“– ” bu fikr yoki mazkur ma’lumotga qarshiman?	

Belgilangan vaqt yakunlangach, ta‘lim oluvchilar uchun notanish va tushunarsiz bo‘lgan ma’lumotlar o‘qituvchi tomonidan tahlil qilinib, izohlanadi, ularning mohiyati to‘liq yoritiladi. Savollarga javob beriladi va mashg‘ulot yakunlanadi

III.NAZARIY MASHG‘ULOT MATERIALLARI

1-mavzu: Ijtimoiy tarmoqlar – yangi jurnalistik ijod ko‘rinishi sifatida.

(2 soat)

Reja:

1.1. Jahon miqyosida ijtimoiy tarmoqlarda jurnalistikaning shakllanishi, faoliyat tendensiyalari, xususiyatlari va ularning umumjaxon sivilizatsiyasidagi o‘rni.

1.2. Axborot texnologiyalari taraqqiyotida internet tizimining o‘rni.

1.3. Dunyo miqyosida faoliyat yuritayotgan Facebook, Twitter, “VKontakte”, ”Odnoklassniki” kabi ijtimoiy tarmoqlar axborot makonining tarkibiy qismiga sifatida.

Jahonda ijtimoiy tarmoqlarda jurnalistikaning shakllanishi, faoliyat tendensiyalari, xususiyatlari va uning umumjaxon sivilizatsiyasidagi o‘rnini aniqlashga qiziqish nihoyatda ortib bormoqda. Axborot texnologiyalari taraqqiyoti natijasida internet tizimi butun yer sharini qamrab oldi. Dunyo miqyosida faoliyat yuritayotgan Facebook, Twitter, “VKontakte”, ”Odnoklassniki” kabi ijtimoiy tarmoqlar axborot makonining tarkibiy qismiga aylandi. Ijtimoiy tarmoqlarning jamoatchilik fikrini shakllantirishdagi ta’sir kuchi an’anaviy ommaviy axborot vositalariga nisbatan yuqori bo‘lib, axborot oqimining tezlashuvi, jadallashuvi hamda universal texnologiyalar bilan bog‘lik umumbashariy rivojlanishlar globallashuv jarayoniga o‘z ta’sirini o‘tkazmoqda. Chunki bugungi kunda axborot ko‘lami yer sharining bir nuqtasidan ikkinchi nuqtasigacha bir necha soniyalar davomida yetib bormoqda.

Vikipediya ijtimoiy tarmoqlar tushunchasiga quyidagicha ta’rif beriladi: «Sotsial tarmoq (ingl. social network) ijtimoiy pozitsiyalarni, sotsial aktorlar (ishtirok etuvchilar) va ularning o‘zaro aloqalarini birlashtiradi — bu tushunchaning asosiy, hammabop talqini. Sotsial tarmoq (matematikada — sotsial graf) bir guruh manbalardan iborat bo‘lib, ularni o‘zaro uzviy bog‘lovchi vosita sotsial aktorlar va ularning munosabatlari, aloqa vaqtida axborot almashinuvlari hisoblanadi. Shunday kilib, ijtimoiy tarmoqlar harakati doirasida bir sohaga tegishli bo‘lgan sotsial aktorlar, ularning o‘rtasidagi aloqalar va resurs tiplari birlashadi. Shu bilan birga amaliyotda sotsial tarmoq xizmati (social networking service) tushunchasi ham ishlatiladi.

Boshqa axborot manbalari ham ijtimoiy tarmoqlarga shunga yaqin ta'rif berishgan: «Umumiy manfaatlar, tajriba, real hayotdagi aloqalar yoki bir soha vakillari o'rtasidagi o'zaro aloqalarni tashkil etadigan va natijada ijtimoiy tarmoqlarni yoki sotsial munosabatlarni shakllantiruvchi platforma (onlayn servis yoki veb-sayt) sanaladi».

Ijtimoiy tarmoqqa yukorida berilgan ta'riflarga tayanib, quyidagi xulosalarga kelish mumkin: birinchidan bu ma'lum bir o'xshashliklar (bir-biriga yaqin bo'lgan fikrlar, baholar, qarashlar va boshq.) asosida istemolchilarning ijtimoiy pozitsiyalarini birlashtiradi. Ikkinchidan, har bir iste'molchi mazkur aloqalarning mustaqil nuqtasidir. Uchinchidan, ushbu foydalanuvchilar (aktorlar) axborot manbalari bilan o'rin almashadi. Bunga muloqot umumjahon «O'rgimchak to'ri»da, ya'ni internetda sodir bo'layotganini qo'shish mumkin.

Demak, fikrimizcha, ijtimoiy tarmoq – ijtimoiy munosabatlarni ifodalovchi, yashaydigan hududidan qati nazar, tarqoq odamlarni birlashtiruvchi texnikaviy-axborot platformasi (veb-sayt, blog, onlayn servis va boshq.). Bunda foydalanuvchilar bir kasb yoki millat vakillari yoki bir hududda yashaydigan odamlar bo'lmasligi mumkin.

Savol paydo bo'lishi mumkin, Twitter – butun dunyoga mashhur tarmoq, nega u mikrobloglar tarkibida? Chunki Twitter o'z materiallarini qisqa xabarlar tarzida e'lon qiladi, bunday amaliyot “mikrobloging” deb nomlanadi.

Yetakchi tarmoqlarning xarakteristikasi haqida. “Fasebook” – dunyoda eng yirik tarmoqlardan biri. Dastlab undan fakat Garvard universiteti talabalari foydalangan bo'lsalar, keyinchalik bu imkoniyat barchaga berildi. 2016 yilning yozida tarmoqdan foydalanuvchilarning soni 1 mlrd. 710 mln kishini tashkil etdi. Bugun bir kecha-kunduzda tarmoqqa 720 mln. odam kiradi. Foydalanuvchilar bu yerda har kuni 6 mlrd. “layk”, 300 mln rasm qoldirmokdalar. Tarmoq saytlarida 200 mlrd. do'stlik aloqalari qayd etilgan. 2015 yilga kelib, tarmoq kengliklarida ko'rilgan videolarning soni bir kunda \$ mlrd. ni tashkil etdi.

Xalqaro tarmoqlar tipologiyasi

T/r	Xalqaro tarmoq, blog va mikroblog	Nomi
1.	Umumiy xarakterga ega bo'lgan tarmoqlar	Facebook, YouTube, Google+, Instagram, Myspace, Ask.fm, Mixi, Pinterest, Renren, Cloob, RetroShare, Vine, Qzone, Weibo, VKontakte, Odnoklassniki, Moy mir
2.	Mavzular bo'yicha ixtisoslashgan tarmoqlar	Last.fm, Habbo, MyAnimeList, Wakoopa, LovePlanet, Badoo, Tinder, LinkedIn, E-xecutive, Maybe, Viadeo, iVrach, Mendeley, ResearchGate, Банк обещаний, Дневник, Знакомства, Мамба, Дамочка, Доктор на работе, Мой Круг, Профессионалы
3.	Bloglar	LiveInternet, Ameba, LJ.Rossia, Blogger, Живой Журнал
4.	Mikrobloglar	Twitter, Tumbler, Juick, Plurk

Tarmoq ko'p profilli bo'lib, uning imkoniyatlari juda keng. Foydalanuvchilar unga o'z materiallari, rasmlari va videolarini joylashtirishlari, do'stlar orttirishlari, xabarlar bilan almashishlari, o'z va o'zgalarning "devor"larida turli yozuvlarni qoldirishlari, qiziqishlar bo'yicha guruhlar tuzishlari mumkin. 2007 yildan boshlab, musiqa va foto almashinuvi yo'lga quyildi. 2015 yil natijalari bo'yicha tarmoq dunyoda birinchi o'rinni oldi. Hatto, Misrda bir odam qizining ismini "Fasebook" deb qo'ydi.

Shu bilan birga, "Fasebook" bir qator kamchiliklari uchun tanqid qilinmoqda. Jumladan, intellektual mulk hukuklarini buzgani, shaxsiy ma'lumotlarni e'lon qilishi, bolalar xavfsizligini ta'minlamaslik va h.k. Bu tarmoq Eron, Xitoy, Pokiston, Suriya, Bangladesh, Turkmaniston, Tojikiston mamlakatlarida taqiqlangan.

"YouTube" tarmog'i videoxosting, videoroliklardan foydalanish, joylashtirish va ko'chirish uchun eng qulay vositadir.

Aynan, shuning uchun u dunyoda ikkinchi o'rinda turibdi. 2012 yil yanvar oyida videolarni tomoshabinlar tomonidan ko'rib chiqish bo'yicha bir kunlik raqam 4 mlrd.ni tashkil etdi. Tarmoqda kinofilmlar, ma'rifiy ko'rsatuvlar musiqiy kliplar, treylerlar, videobloglar, slayd-shoular va hajviy roliklarni tomosha qilish odat bo'lib qolgan. Vaqti-vaqti bilan videoroliklarning tanlovi o'tkazilib turiladi.

Foydalanuvchilar bu yerda bir qator shakllarda o'z videolarini joylashtirishlari mumkin. Jumladan, mpeg, avi va boshqalar. Tarmoqning o'zi bu videosuyetlarni Flash Video formatiga o'zgartiradi va boshqa iste'molchilar olishi mumkin bo'lgan ko'rinishga keltiradi. Shunday qilib, 2009 yildan boshlab, "YouTube" foydalanuvchilar uchun ayrim videoroliklarni ko'chirib olish imkoniyatini yaratdi. Bunda roliklar 15 daqiqadan ko'p bo'lmasligiga e'tibor berish lozim. 2012 yil fevral oyidagi ma'lumotlarga ko'ra, "YouTube"da bir daqiqada 60 soatli videoni yuklash mumkin edi.

"Twitter" tasnif bo'yicha mikrobloglar qatorida bo'lsa-da, mavqei jihatdan keng tarqalgan va obro'li tarmoq hisoblanadi. Masalan, AQSH Prezidenti Donald Tramp ko'proq ushbu tarmoqdan foydalanadi. Uning qulayligi shundan iboratki, "Twitter"ning veb-interfeys, sms va boshqa dasturlar yordamida tezkorlik bilan axborot almashishga imkoniyati bor. Tarmoqdan foydalanish bepul. 2016 yil fevral oyida iste'molchilarning soni 305 mln. ga yetdi, shulardan yarmi hech bo'lmaganda, oyda bir marta saytga kiradi.

"Twitter" do'stlar bilan mulokot o'rnatish uchun ancha qulay tarmoqdir. Biroq, aynan shuning uchun jiddiy tanqidga uchradi, sababi, tarmoq amaliyoti ko'rsatganidek, odamlar haddan tashqari bir-birlariga bog'lanib, bajarilishi lozim bo'lgan kundalik vazifalardan chalg'iydilar. 2014 yil mart oyida Turkiya davlati "Twitter" dan foydalanishni man etdi.

"Google" internetda mavjud bo'lgan qidiruv tizimlarining ichida eng yirigi hisoblanadi. Tarmoq Larri Peyj va Sergey Brin ismli talabalar tomonidan 1998 yilda ixtiro qilingan. 2014 yilda tarmoqning yopiq anjumanida "Google"ning 60 trln hujjatga ega ekanligi qayd etildi. Tarmoq PDF, RTF, PostScript, Microsoft, Word, Microsoft Excel, Microsoft, PowerPoint formatlarida qidiruvni amalga oshiradi. Bu tarmoq bir oyda 41,4 mlrd. so'rovga javob beradi.

"Google" 2011 yilda arab mamlakatlarida bo'lib o'tgan voqealarda ("arab bahori"da) faol qatnashgan. 2011 yilda tarmoq o'z faoliyatiga ikki yangi versiyani kiritdi: "Google Voice" va "Google+". Natijada arab tilida yaratilgan materiallar soni keskin oshib ketdi. 2012 yilda tarmoq Tunis Prezidentini iste'foga chiqishini talab etdi.

Bir qator nashrlar “Google”ga o‘z e’tirozlarini bildirdi. Ana shulardan biri, “The New York Times” gazetasidir. Ammo “Google” tarmog‘ining ishini ko‘rib chiqqan Nevada shtatining Oliy sudi tarmoq mualliflik huquqini buzmagani to‘g‘risida qaror chiqardi.

“VKontakte” 2015 yildagi ma’lumotlarga ko‘ra, Rossiya tarmoqlarining ichida 1-o‘rinni egallamoqda. Uning egasi Mail.ru Group bo‘lib, tarmoq 2006 yilda faoliyatini boshlagan. Dastlab ushbu sayt o‘zini talabalar sayti, deb e’lon qilgandi. 2015 yil yanvar oyida tarmoqqa bir kunda 70 mln. odam kirmoqda, deb kayd etildi. Bugungi kunda tarmoqda bir kunda o‘rta hisobda 64-65 mln odam qatnashadi. “VKontakte” tarmog‘i bir qator xizmatlarni amalga oshiradi: foydalanuvchilarning profilini tashkil etishga yordam beradi, ma’lumotlarni yaratish va tarqatish, iste’molchilar o‘rtasida shaxsiy va jamoaviy (“devor” yordamida) aloqalarni o‘rnatishga ko‘maklashadi, yangiliklar lentasi orqali do‘stlar va jamoalarning faolligini kuzatish, o‘z materiallariga fotolarni, audio va videoyozuvlarni yoki hujjatlar va so‘rovlar natijalarini qo‘yishni amalga oshiradi.

“VKontakte”ning yirik arxivga egaligi barcha qatnashuvchilarga undan foydalanishga imkoniyat yaratgan. Uning interfeysi 70 dan ortiq tilda faoliyat yuritadi. Tarmoq turli platformalarda ishlaydigan ilovalarga ega: iOS, Android, Windows Phone va boshq.

Tarmoq “Facebook”ka o‘xshashligi uchun tanqid qilingan. AQSH mutaxassislari tomonidan “VKontakte” norasmiy musiqa tarqatishda (plagiatda) ayblanib, hatto «firibgar sayt», deb topilgan va bu ayblovga 2011 yilda «Oq uy» va mamlakat hukumati ham qo‘shilgan.

“Odnoklassniki” tarmog‘ining ham egasi “Mail.ru Group” bo‘lib, 2006 yilda ish boshlagan. Tarmoq bergan ma’lumotlarga ko‘ra 2013 yilning yanvarida uning iste’molchilari 205 mln. dan ortiq bo‘lgan. Bir kecha-kunduzda saytga 70 mln. dan ortiq odam kiradi. Xizmatlarning anchagina qismi uchun to‘lov amalga oshiriladi. Foydalanuvchilar xabar yuborish, rasm joylashtirish, forum va chatlarda izoh qoldirish, boshqa mijozlarning shaxsiy saytlariga kirish imkoniyatlariga ega. Tarmoqning “qora” ro‘yxati bor, iste’molchi xohlamagan odamni o‘z saytiga kiritmaydi. Mijozlar tarmoq

orqali 8 ming rublgacha bo'lgan miqdorni o'zaro o'tkazish imkoniyatiga ega, pul o'tkazishlar MasterCard, Maestro, Visa to'lov tizimlari yordamida 30-60 rubl to'lovi bilan (o'tkaziladigan pul miqdoriga qarab) amalga oshiriladi.

Tarmoq ishtirokchilari tomonidan unga kim kirishi mumkinu, kim kirolmasligini belgilaydigan mezonlar qanday ekanligini aniqlash ancha qiyin. Bunday me'yorlarning ishlashini ayrim mutaxassislar «qo'shimcha yozish», ya'ni ijtimoiy tarmoq chegaralari barqarorligini ta'minlaydigan alohida identifikatsiyalash mexanizmining ishi sifatida ta'riflaydi. Ularning fikricha, tarmoq a'zosini identifikatsiyalashda tashqi jihatlar emas, ijtimoiy relevant omillar muhimdir. Tashqi jihatlar bilan xatti-harakatlar farq kilishi mumkin, ammo kimdir o'zini tarmoq a'zosi deb hisoblab, boshqalar ham uni shunday hisoblashlarini istasa, uning tashqi ko'rinishi va xatti-harakatlari tarmoqqa tegishli, deb talqin etila boshlaydi.

Oilaviy tarmoqlar – ijtimoiy tarmoqning alohida hodisasidir. JITning o'zgacha ko'rinishi – oilalararo aloqalar tarmoqlarida aks etadi. Uni qondoshlik, nikoh va ota-onalik kabi an'anaviy institutlar vositasida birlashgan oilaning yoki oilaviy sulolaning “loyiha”si, deb nomlashadi. Oilaviy birlikni istisno tariqasida tarmoq tuzilmasi deb atash mumkin, chunki qarindoshlar o'rtasidagi munosabatlar madaniy va diniy o'ziga xoslik bilan bog'lik norasmiy qoidalar vositasida tartibga solinadi. Oila a'zolari ichida iyerarxik tarkib bo'ladi, ammo unda oila boshlig'i tarmoq koordinatori bilan bir shaxs emas. Shu bilan birga, qayd etib o'tish lozimki, zamonaviy oilada bunday tarkib ayrim hollarda ziddiyatlar keltirib chiqaradi. Masalan, bu yosh oilalar bilan ota-onalar o'rtasidagi ziddiyat ota-onalarning bolalar hayotiga «yoshi katta va tajribasi ko'p», «ota-onalarning gapiga kuloq solish kerak» kabi sabablar bilan aralashuvi tufayli kelib chiqadi.

Oilalararo resurslar almashuviga asoslangan jonli ijtimoiy tarmoqlarda, hatto kattalarning huquqlariga oid an'analarga qaramay, iyerarxiyaning paydo bo'lishi ancha salbiy qabul qilinadi. Chunki tarmoq avval-boshdan “yassi” tashkiliy tuzilmadir. Bu, ayniqsa, aralash oilaviy-do'stona tarmoqlarda, ishtirokchilari jamoat tashkilotlari loyixalarini amalga oshirishga faollar yoki ko'ngillilar sifatida jalb etiladigan hollarda yakkol ko'zga tashlanadi. Bunday vaziyatda ijtimoiy tarmoqning institutsional

me'yorlari — «hech kim sendan quyida, ammo, bundan ham muhimrog'i, ustun bo'lib qolmasligi»ni nazorat qilib borish taqozo etiladi.

Ijtimoiy tarmoqlarning paydo bo'lishi tufayli bugun zamonaviy kishini lol qoldirish qiyin masala bo'lib qoldi. Bu yerdagi faoliyat ijobiymi yoki salbiy, degan savollar keng jamoatchilik ichida jiddiy tahlil etilmoqda. Ammo e'tirof etish kerak, bu o'rinsiz munozaralarga olib keladi, xolos. Insoniyat XX asrning boshiga kelib, kommunikatsiyaga oid yangidan-yangi texnologiyalarning sotsial voqelikka ta'sirini guvohi bo'lmoqda. Shu bilan birga, axborot oqimining tezlashuvi, jadallashuvi hamda universal texnologiyalar bilan bog'liq umumbashariy rivojlanishlar globallasuv jarayoniga o'z jiddiy ta'sirini o'tkazmoqda.

Globallasuv jarayoni odatda o'zaro bog'langan yagona olamni paydo bo'lishi sifatida talqin qilinadi. Bu olamda xalqlar bir-biridan odatiy tusiqlik va chegaralar bilan ajratilmaydi. Globallasuvning barcha tan olgan yagona tushunchasi hozircha mavjud emas. Bunga sabab, muammoga konseptual yondashuvda turli o'zaro zid qarashlarning mavjudligidir.

Globallasuv fenomeni atamasi bugungi kunda ilmiy-falsafiy, hayotiy tushuncha sifatida juda keng ma'noni anglatadi. Umumiy nuqtai nazardan qaraganda esa, bu jarayon mutlaqo yangicha ma'no-mazmundagi ijtimoiy-siyosiy, tabiiy-biologik global muhitning shakllanishini va shu bilan birgaq. mavjud milliy va mintaqaviy muammolarning jahon miqyosidagi muammolarga aylanib borishini ifoda etmoqda.

Zamonaviy xalqaro hamjamiyatda axborotlashgan makondan chetda turaman, degan mamlakatlar uning ta'siriga ko'proq uchrab qolishi mumkin. Ta'kidlaganimizdek, bugun axborotni nazorat qilishning imkoni bo'lmayapti. Bunga katta tezlikda koinot yo'ldoshlari orqali masofaviy boshqariladigan elektron moslamalar, ayniqsa, smartfonlarning yaratilishi ham imkon bermaydi. Demak, har qanday jamiyat o'z a'zolariga axborotni qanday boshqarishni o'rgatishi kerak bo'ladi. Bu – biz yuqorida tilga olgan axborot xavfsizligi masalasidir.

Har qanday g'ayriixtiyoriy ta'sir ko'pincha salbiy bo'ladi. Globallasuvning turli mamlakatlarga o'tkazayotgan ta'siri ham ayri-ayri. Bu hol dunyo mamlakatlarning siyosiy, harbiy, iqtisodiy, ma'naviy salohiyatlari qanday ekani bilan bog'liq. Dunyoda

yuz berayotgan shiddatli jarayonlarning har bir mamlakatga o'tkazayotgan salbiy oqibatlarini kamaytirish va ijobiy ta'sirini kuchaytirish uchun shu hodisaning mohiyatini chuqurroq anglash, uning xususiyatlarini o'rganish hamda xavfli tomonlarini milliy manfaatlar nuqtai nazaridan baholashni amalga oshirish lozim. Bu hodisani chuqur o'rganmay turib, unga moslashish, uning yo'nalishini tegishli tarzda o'zgartirish mumkin emas. Globallashuv yana shunday jarayonki, uni chuqur o'rganmaslik, undan foydalanish strategiyasi, taktikasi va texnologiyasini ishlab chiqmaslik mamlakat iqtisodi, madaniyati va ma'naviyatini boshqarishda qiyinchiliklarni keltirib chiqaradi. Globallashuvni turli mamlakatlar iqtisodi, madaniyati, ma'naviyati, odamlari o'rtasidagi o'zaro ta'sir va aloqadorlikning kuchayishi deyish mumkin.

Hozirgi davrda ko'p odamlarning faoliyati axborot bilan, ya'ni axborot yig'ish, uni qayta ishlash, saqlash va taratish bilan bog'liqdir. Globalizatsiya jarayoni bugungi kunda informatsion texnologiyalarning rivoji tufayli sifat jihatidan tinmasdan yuqoriga ko'tarilmoqda. Yangi texnologiyalar zamonaviy jamiyatlarda insonlar va ularning guruhlari o'rtasidagi munosabatlarni va birdamlikning yangi shakllarini yuzaga keltirdi. Bunga misol tariqasida ijtimoiy tarmoqlarning va ularda axborot almashuvining tobora ommaviylashib borayotganligini aytib o'tish mumkin. Shu bilan birga, yangi avlod vakillarining ijtimoiylashuvi, jumladan, sotsial tarmoqlarda ro'y berayotgani ayni hakikat. Har bir sotsial tarmoq o'z auditoriyasiga jamiyat a'zolarining sotsial mansubligi, kasbi, gender va yosh xususiyatlaridan qati nazar, jalb qilish imkoniyatiga ega. Bu hol hatto siyosiy ishtirok jarayoniga ham ta'sir etib, buni mutaxassislar raqamli demokratiya deb nomlagan.

Ijtimoiy tarmoqlarning mazmun-mohiyatiga ko'ra tasnifi

1. Shaxsiy muloqot – Classmates.com
2. Ish bo'yicha muloqot – LinkedIn
3. Ko'ngilochar – Mu Srase
4. Audio qiziqishlar – Last.fm
5. Video qiziqishlar – YouTube
6. Fotografiya bilan qiziqish va uni joylashtirish – Flickr.

7. Yangiliklar – Reddit
8. Xaridlar – Groupon
9. Geolokatsiya – Foursquare
10. Blogging – Tumblr
11. Savol-javob – Answers.com
12. Tematik – Slashdot
13. Virtual dunyolar – Second Life

1) Mavjud jamiyatda kompyuter texnologiyalari va boshqa zarur bo‘lgan zamonaviy jihozlar borligi va rivojlanishi darajasi;

2) Jurnalistlar va jamoatchilik ushbu texnologiyalardan samarali foydalana olishlari;

3) Kompyuterlarning internetga ulanganlik darajasi;

4) Iste’molchilarning jamoaviy faolligi;

5) Jamiyatda demokratiyaning qay darajada ekanligida, saytlarda foydalanish va ijtimoiy muammolarni erkin muhokama etish jarayoni va 6.

Xulosa sifatida shuni aytish mumkinki, ijtimoiy tarmoqlar klassifikatsiyasi muammoni o‘rganadigan muallif yondashuviga bog‘liq. Tadqiqotchining fuqarolik pozitsiyasi, qarashlari, manfaatlari, talab va istaklari nuqtai nazaridan tarmoqlarning turli, masalan, shaxsiy egotsentrik va jamoaviy politsentrik, rasmiy va norasmiy tasniflarini keltirish mumkin. Tarmoqlar dam olish, madaniy, siyosiy, iqtisodiy, sport, moliyaviy va boshqa yo‘unalishlarga bo‘linadi. Foydalanuvchilar shaxsiy yoki jamoaviy xat yozishmalarini olib borishlari, elektron pochta, telekonferensiyalar, interfaol usullar, mehmonlar daftarlari, forumlar, chatlar, bloglar va va boshqa usullar yordamida muloqot qilishlari mumkin.

Nazorat savollari:

1. Ijtimoiy tarmoqlarni yangi jurnalistik ijod ko‘rinishi sifatida ta’riflab bering.
2. Dunyo miqyosidagi ijtimoiy tarmoqlarga baho bering.
3. O‘zbekistonda faoliyat yuritayotgan ijtimoiy tarmoqlar haqidagi fikrlaringizni bayon eting.

2-mavzu: Ijtimoiy tarmoqlardagi jurnalistika (2 soat)

Reja:

2.1. Ijtimoiy tarmoqlardagi jurnalistika. Ijtimoiy tarmoqlar va malakaviy jurnalistika tushunchasi.

2.2. Ijtimoiy tarmoqlarda professional va havaskor jurnalistlar faoliyati.

2.3. Ijtimoiy tarmoqlarda jurnalistik faoliyatning o'ri va ahamiyati.

2.4. Ijtimoiy tarmoq faollarining an'anaviy jurnalistikadan farqli jihatlari.

Ijtimoiy tarmoqlar malakaviy jurnalistika tushunchasidan kengroq. Lekin shuni xam e'tiborga olish zarurki, ijtimoiy tarmoqlarda professional va havaskor jurnalistlar faol qatnashmoqda. Natijada ijtimoiy tarmoqlarda jurnalistik faoliyat yuritilmoqda, demak, bu yerda jurnalistika bor. Lekin bu o'ziga xos jurnalistika, an'anaviy jurnalistika emas. Axborot asri qonuniyatlari va uning rivojlanishi, jumladan, voqealarni yozib oladigan va internetda joylashtiradigan texnikaviy moslamalar professional va havaskor jurnalistlar o'rtasidagi farkni ancha kamaytirib qo'ydi.

Ijtimoiy tarmoqlarning yangi OAV sifatida tan olinishi tendensiyasi rivojlangan mamlakatlarda ko'p vaqtdan (20–25 yil) beri joriy etilgan bo'lsa-da, O'zbekistonda endigina tarqalmoqda. Buni bir qator faktlar bilan, jumladan, <http://fikir.uz/blog/16124.html> saytida e'lon qilingan «Ijtimoiy tarmoqlar OAVning yangi ko'rinishi sifatida» sarlavhali maqola bilan tasdiqlash mumkin.

Ijtimoiy tarmoqlarning yaratilish tarixiga nazar tashlaydigan bo'lsak, bu istilohni ilk bor Manchester sotsiologiya maktabi vakili Jon Barns 1954 yilda chop etilgan «Norvegiya orolidagi qavmlarda sinflar va yig'ilishlar» asarida qo'llagan. Bungacha ijtimoiy aloqalar amaliyotini sotsiologlar G. Zimmel, E. Dyurkgeym, D. Moreno, T. Nyukomb E. Bott, Ya. Moreno va boshqalar o'rgangan edi. Masalan, Ya.L. Moreno ijtimoiy aloqalarning sotsiologik tahlili muammosi bilan faol shug'ullangan. J. Barns o'z ma'lumotlarini odamlar va nuqtalar o'rtasida o'tkazilgan yozma chiziq (aloqalar) sifatida tavsiya etadi.

Ma'lumki, birinchi xalqaro kompyuter tarmoqi FidoNet bo'lib, uni 1984 yilda dasturchi Tom Jennigs (AKSH) ishlab chiqdi. Ma'lumotlar elektron taxtalari

yordamida uzatilgan edi, aloqalar esa hozirgiga o'xshab shoxlab ketgan, klasterli ko'rinishda emas, balki bevosita, chiziqli bo'lgan.

Zamonaviy ko'rinishdagi ijtimoiy tarmoqlar o'tgan asrning 90-yillari ikkinchi yarmida paydo bo'ldi. Ularning ichida birinchi bo'lib, "Sinfdoshlar"ning inglizcha varianti "Classmates.com" ish yurita boshladi. Tarmoq injener Rendi Konrad tomonidan 1995 yilda tashkil etildi. Uning bir qator afzalliklari bilan birga, kamchiligi ham bor edi—tarmoq profillar, ya'ni, shaxsiy varaqalar yaratishga imkon bermasdi. XX asrning oxirida boshqa tarmoqlar, masalan SixDegress ilgarilab ketdi. Keyinchalik yana bir qator ijtimoiy tarmoqlar paydo bo'ldi, ularning ayrimlari umumjahon darajasiga yetdi. Professional jurnalistlari adabiy-estetik jihatdan, G'arb jurnalistikasi esa aniqlik mezonlariga ko'ra muammoni baholashadi. Bu – ko'p asrlardan beri davom etayotgan an'ana. Bunday yondashuv esa ularning butun ijodiga ta'sir etadi, ko'p hollarda qalam tebratishning bosh mezoni sifatida xizmat qiladi.

Xulosa kilib aytish mumkinki, professional jurnalistikani birinchi darajali, fuqarolik jurnalistikasini esa ikkinchi darajali deb hisoblash, bizningcha, bir yoqlamalik bo'ladi. Ikkala jurnalistikaning o'xshash va o'ziga xos tomonlari, ijobiy va salbiy jihatlari shuni ko'rsatmoqdaki, virtual dunyoda ular uchun joy yetarli. Auditoriya masalasiga kelganda, har ikkalasining ham o'z o'kuvchisi va muxlisi bor. Qay biriga ustuvorlik maqomini belgilash, bizningcha, ijobiy natija bermayli.

Fikrimizcha, vaqti kelib, fuqarolik jurnalistikasi professional jurnalistikaning o'rnini to'lik egallashi to'g'risidagi qarashlar asossiz. O'z navbatida, fuqarolik jurnalistikasi vakillari tomonidan yo'l qo'yiladigan xatolar anchagina, ammo buning uchun uni tan olmaslik noto'g'ri. Chunki fuqaroviy jurnalistlar sayt va bloglarni, faktlardan tashqari, sodir bo'lgan voqea-hodisalar haqidagi kamyob hujjatli rasmlar va videoroliklar, ya'ni hujjatli materiallar bilan to'ldirishlarining o'zi bunday jurnalistika jamiyat uchun nechog'li zarurligidan dalolat beradi.

Qisqasi, biz tahlil qilgan ommaviy axborot faoliyatining ikkala turi yashashga haqlidir, chunki axborot makonida ular bir-birini o'zaro to'ldirib boradi.

Nazorat savollari:

1. Ijtimoiy tarmoqlarning OAVdagi o'rni nimalardan iborat?

2. Ijtimoiy tarmoqlarning bir-biridan farqi nimada?
3. O‘zbekistondagi ijtimoiy tarmoqlar faoliyatiga baho bering.

3-mavzu: Blogerlik ommaviy axborot sohasidagi faoliyat turi sifatida

(4 soat)

Reja:

3.1. Blogerlik ommaviy axborot sohasidagi faoliyat turi sifatida. Blogerlik ommaga axborot uzatishdagi yangi yo‘nalish sifatida.

3.2. Tarmoq katak (blog)lardan iboratligi va bloglarning o‘zaro birlashishi blogosferaning katakli tuzilishini shakllantirishda muhim omil sifatida.

3.3. «Fuqarolik jurnalistikasi» (citizen journalism) tushunchasi: uning jamiyatdagi o‘rni va ahamiyati.

3.4. Rivojlangan mamalakatlarda «jurnalistika» atamasining talqini (faqat ijod turi, deya e’tirof etilishi).

Ma’lumki, tarmoq katak (blog)lardan iborat, bloglarning o‘zaro birlashishi blogosferaning katakli tuzilishini shakllantiradi. «Fukarolik jurnalistikasi» (citizen journalism) tushunchasi bizga G‘arbdan kirib keldi. G‘arbda “jurnalistika” atamasi biroz boshqacha talqin qilinib, faqat ijod turi, deya e’tirof etilgan. Blogging fuqarolik jurnalistikasining asosiy shakllaridan biri, bu bir qator manbalar bilan tasdiqlanadi, masalan, «Fukarolik jurnalistikasining bloggingdek turini olib ko‘raylik». Bloglar alohida odamga (shaxsiy) yoki guruhga tegishli bo‘ladi.

Bloglarning mavkei jahon axborot makonida kundan-kqunga oshib bormoqda. <http://go.mail.ru/search?fm=1&q> saytining xabar berishicha, 2004 yildan beri 14 iyun xalqaro blogerlar kuni sifatida nishonlanmoqda.

Blogerlik — ommaviy axborot sohasidagi faoliyat. Ammo blogerlik shu sohadagi ishning boshqa turlariga, masalan, notiqlik, matbuot, radio yoki televideniyaedagi faoliyatga o‘xshamaydi. Masalan, Rossiya Federatsiyasida blogerning saytiga bir kecha-kunduzda uch ming iste’molchidan ko‘proq odam kirsam, mazkur blog OAV deb nomlanish huquqiga ega bo‘lishi qonun bilan belgilangan.

O‘zbekiston qonunchiligida bunday me‘yor yo‘k. 2014 yilda qabul qilingan «O‘zbekiston Respublikasining ayrim qonun hujjatlariga o‘zgartish va qo‘shimchalar kiritish to‘g‘risida»gi qonunda «blogger — internet jahon axborot tarmog‘idagi o‘z veb-saytiga va (yoki) veb-sayt sahifasiga hamma erkin foydalanishi mumkin bo‘lgan, ijtimoiy-siyosiy, ijtimoiy-iqtisodiy va boshqa xususiyatga ega axborotni joylashtiruvchi, shu jumladan, axborotdan foydalanuvchilar tomonidan ushbu axborotni muhokama qilish uchun joylashtiruvchi jismoniy shaxs», deya ta’riflanadi. O‘zRning 2003 yil 11 dekabrda qabul qilingan «Axborotlashtirish to‘g‘risida»gi qonunning 3-moddasi shu mazmundagi xatboshi bilan to‘ldirilgan.

Yana bir qo‘shimcha Qonunning 12-1 moddasiga tegishli, Bu yerda «veb-saytning va (yoki) veb-sayt sahifasining egasi, shu jumladan, blogger hamma erkin foydalanishi mumkin bo‘lgan axborot joylashtiriladigan internet jahon axborot tarmog‘idagi o‘z veb-saytiga va (yoki) veb-sayt sahifasiga hamma erkin foydalanishi mumkin bo‘lgan axborotni joylashtirishdan avval, uning to‘g‘riligini tekshirishi, shuningdek, joylashtirilgan axborotning noto‘g‘riligi aniqlangan taqdirda, uni darhol o‘chirib tashlashi shart» deb belgilangan.

Mazkur huquqiy me‘yorda bloggerlik faoliyati qonuniy kafolatlangan. Fakat huquqshunoslar tomonidan qonunga yoziladigan sharh yoki izohlarda qanday axborotni noto‘g‘ri deb hisoblash mumkinligi xakida tushuncha berilmagan. Misol uchun, aytaylik, bir blogger boshqa blogger materialini o‘z sahifasiga joylashtirsa va bu ma’lumot noto‘g‘ri chiqsa, unda kim javobgarlikka tortilishini aniqlash zarur bo‘ladi.

Vaholanki, internet kengliklarida axborot noto‘g‘riligi tushunchasi turli mamlakatlarda turlicha talqin etiladi. Internet esa, davlat chegaralarini bilmaydi. Bu — jahon «O‘rgimchak to‘ri»ning jiddiy muammolaridan biri.

Aslida internet qonunchiligini yaratish bugungi kunning eng dolzarb masalasi bo‘lib qoldi. Fuqarolarning internetdagi faoliyatiga nisbatan dunyo hamjamiyati ikki qismga bo‘linib ketdi. AQSH amaliyotiga ko‘ra, internetda o‘z materiallarini joylashtiradigan har bir kishi jurnalist, deb hisoblanishi mumkin. Xitoy qonunchiligida esa, blogger sifatida faqat davlatning tegishli idorasi tomonidan rasman ro‘yxatga olingan shaxslar hisoblanadi. Dunyo elektron axborot makoni paydo bo‘lganidan

buyon mazkur holat eng murakkab masala bo'lib turibdi. Matbuot, radio va televideniye davrida bu muammo yo'q edi, endi esa u paydo bo'ldi va o'z yechimini kutmoqda. O'zbekiston Respublikasining nuqtai nazariga kelganda aytish zarurki, bizning mamlakatimiz pozitsiyasi Xitoyga yaqinroq.

Blogerlik faoliyati O'zbekistonda ham tez rivojlanmoqda. «O'zbekiston ovozi» gazetasi muxbiri mazkur nashrning elektron saytida «kechagina “blogger” tushunchasi biz uchun mavhum edi. Bugun esa har birimiz o'z blogimizni ochib, unda mustaqil ravishda axborot berib borish imkoniyatiga egamiz», deya ta'kidlamoqda.

Endilikda mamlakatimizda blogerlik faoliyati bilan yuzlab odamlar shug'ullanmoqda. Hatto so'nggi yillarda blogerlar chempionatini o'tkazish an'anaga aylanyapti. http://fikir.uz/blog/blogers_championship/ sayti (aniq muallif ko'rsatilmagan) xabar qilishicha, 2015 yil 21 may kuni o'tkazilgan ikkinchi blogerlar chempionatining yakunlari e'lon qilindi. G'oliblar hakamlar hay'ati va auditoriyaning ovoz berishi orqali aniqlandi. Birinchi o'nta o'rinni quyidagi bloggerlar egalladi: 1) Nozirxon Azizov (“Immunitet”); 2) Maqsud Salomov («Huquqda bunday atama mavjud emas»); 3) Aziz Qarshiyev («Tuxum po'stlog'i ichida»); 4) Jamshid Niyozov (“Supraqoqdi”); 5) Sherzod G'aybullayev (“Istamayman...”); 6) Isroil Tillaboyev (“Mentor”); 7) Shukurjon Islomov («Xorijlik hamkorlar»); 8) Nigora Salixova («Erkaklarning boshi nega kal?»); 9) G'ayrat Sheraliyev («...Oyoq yetgancha ketgaymen»); 10) Davronbek Parmonov («Biz qariyapmiz»).

Blogerlik faoliyatining xususiyatlari haqida gap ketganda, avvalo, blogerlar professional jurnalistlarga qay darajada yaqin, degan savolga javob berish zarur. Bizningcha, bu yerda asosiy ma'no “professional” so'zida mujassamlashgan, chunki blogerlar aynan professional xodim emas (o'z bloglariga ega bo'lgan professional jurnalistlar bundan mustasno). Shunday ekan, ularni jurnalist deb atash mumkinmi? “Ha” degan javobni bera olmaymiz. Qonunchilikda jurnalist kim degan, savolga O'zbekiston Respublikasi «Jurnalistik faoliyatni himoya qilish to'g'risida»gi qonunning 3-moddasida: «Jurnalist – O'zbekiston Respublikasining yoki xorijiy davlatning ommaviy axborot vositalarida xizmat qiladigan yoxud ularda shartnoma asosida ishlaydigan va ma'lum mavzudagi axborotni to'plash, tahlil etish hamda

tarqatish bilan shug‘ullanuvchi shaxsdir», deb qayd etilgan. Qolaversa, jurnalist – O‘zbekistonda jurnalistika sohasida ta’lim olgan, malaka va diplomga ega bo‘lgan va jurnalistik faoliyat bilan shug‘ullanuvchi mutaxassis. Lekin mamlakatimiz gazetalarida, ayniqsa, hududiy nashrlarda jurnalist diplomiga ega bo‘lgan xodimlar deyarli qolmagan, asosan, filolog va tarixchilar jurnalist lavozimida faoliyat yuritmoqda. qisqasi, O‘zbekiston sharoitida blogerlikni ommaviy axborot bilan ishlash sohasidagi faoliyat desak, xato bo‘lmaydi.

Blogning o‘ziga xosligini xarakterlab, I.B. Aleksandrova shunday yozadi: «Blog (tarmoqdagi jurnal) ommaviy kommunikatsiyaning qiziq bir turidir. Blogning janr belgilari noaniq, xira. Bir tomondan, u an’anaviy kundalikning belgilariga ega, ko‘ngil izhoriga o‘xshaydi, ikkinchi tomondan, bu shunday yozuvki, muallif uni katta auditoriya o‘qishining tarafdoridir».

Blogerlar o‘zlari tayyorlagan axborotni odatda rasmiy nashr maqomiga ega bo‘lmagan kundaliklarida e’lon qiladilar, bu esa ularga o‘z nuqtai nazarini ochiq tarzda aytishga imkoniyat yaratadi. Agar bloger o‘z boshidan o‘tganlarini yoki o‘z ko‘zi bilan ko‘rganlarini yozsa, bu mutaxassislar tomonidan qo‘llab-quvvatlanadi. Ayrim tadqiqotchilarning fikricha, bloger fakat o‘zi ko‘rganlarini yozishi kerak, boshqacha ma’lumotlar go‘yoki uncha ishonarli bo‘lmaydi. O‘ylaymizki, bloger o‘z g‘oyalari va tuyg‘ulari haqida yozishga haqli. Agar odamlar uning materiallarini o‘kishlarini xohlasa, eng avvalo, ko‘pchilikni qiziqtiradigan voqealarni to‘g‘ri yoritishi shartligini esidan chiqarmasligi kerak.

Blogerlik jurnalistikasining o‘ziga xos xususiyati shuki, bu yerda kimgadir havola qilish shart emas, odatda u o‘z shaxsiy fikrini bildiradi, chunki blog uning kundaligidir.

Blogerlik jurnalistikasining muhim bir belgisi — yangi axborot vaqti-vaqti bilan, davriylik asosida chiqib turishi. Bu jihat mazkur sohani an’anaviy jurnalistikaga yaqinlashtiradi. Bunday davriylikka aslida blogerni xech kim majburlamaydi. Lekin ularning o‘zi, birinchidan, auditoriya navbatdagi materialni kutib turganini biladi, ikkinchidan, uning o‘zi ham ma’lumotlarini tez-tez yetkazib turishga zarurat sezadi. Bloger auditoriya talab etadigan yangiliklarning, turi va mazmunini his qilishi kerak,

aks holda u an'anaviy jurnalistika vakillari va boshqa blogerlar bilan raqobatga bardosh berolmaydi.

Blogerlar jurnalistikasiga qo'yiladigan yana bir talab — turli rahbarlar va politexnologlarning bevosita yoki bilvosita buyurtmalarini bajarishdan bosh tortishdir. Blogerlik faoliyatini olib boradigan muallif nafaqat savodli, shu bilan birga u ham tashqi, xam ichki erkinlikka ega bo'lishi zarur. Bu esa voqealarga teran nigoh bilan qarashni, ularni mustaqil baholay olishni, turli stereotiplardan xoli bo'lishni, ma'muriy yoki moliyaviy bog'lanib qolmaslikni talab etadi.

Blogerlarning bir qismi odatda, muntazam yozadigan doimiy mualliflar bo'lmaydilar. Ayrimlari bir-ikki materialini e'lon qilganidan keyin, axborot maydonida ko'rinmay qolishi mumkin. Biroq bu blogerlik faoliyatining inqirozi degani emas. Birinchidan, axborot maydonidan ketgan bir blogerning o'rniga ikkita yangisi kirib keladi. Ikkinchidan, o'z bloglarini doimiy olib boradigan mualliflar ko'p. Lekin asosiysi bu emas. Gap shundaki, ommaviy axborotni tarqatish sifatida blogerlik faoliyati paydo bo'lgani va yashashga huquqi borligiga ancha bo'lganini ko'pchilik tan olgan. Undan tashkari bu faoliyat ommaviylik bo'yicha dastlabki yillardagi matbuot, radio va televideniyei ortda qoldirdi.

Ma'lumki, ommaviy auditoriya mish-mish va shov-shuvlarni yoqtiradi hamda ularga ko'proq qiziqadi. Bu extiyoj blogerlarning materiallariga talabni oshiradi. An'anaviy tahririyatda vazifalar (jumladan, mavzular) xodimlar o'rtasida bo'lingan bo'lsa, bloger ko'p hollarda bir o'zi tahririyat vazifasini bajaradi. O'z nuqtai nazarini bayon etishda blogerlarning imkoniyatlari kengroq. Ular bevosita interfaol shaklda ko'proq ishlaydilar, matn bilan birga foto va videoyozuvlarni taqdim etadilar, yangiliklar blokklarini tuzadilar.

Blogerlar ijodida jurnalistikaning turli vazifalarini birlashtirish hodisasi uchrab turadi, ya'ni ular rasmiy materiallarni kamroq sharhlaydilar. Ammo rasmiy OAV esa ulardan iqtiboslar keltirib turadi. Zamonaviy virtual jurnalistika uchun hozirda bu odatiy hol bo'lib qolgan.

Bugungi kunda bir jurnalist ikki maqomda ish olib borishi tabiiy bo‘lib qolmoqda, professional xodim va bloger. Chunki ayrim tahririyatlar jurnalistning erkin fikrini o‘tkazmaydi, shunda ular shaxsiy pozitsiyalarini bloger sifatida bildirishga intiladilar.

Ko‘p jamiyatlar hayotida bir noodatiy manzara, ya’ni davlat yoki jamoatchilik vakillarining keng ommadan ayrim axborotni yashirishga urinishlari kuzatiladi. Bunday vaqtlarda blogerlar yangilik haqida bilganlaricha gapirib, yetakchilikni qo‘lga oladilar. Bunday holatda hatto professional jurnalist yoki nashrlar, boshqa manba yo‘kligi sababli, bloger uzatgan axborotdan foydalanishga majbur bo‘ladi. Masalan, “Zamin” sayti _ quyidagi ma’lumotni chop etdi: «Sports.ru sayti blogeri O‘zbekiston chempionatining yana bir uchrashuvi kelishilgan bo‘lganini taxmin etdi, deyiladi “Kun.uz” nashrida» ssilka‘. Material 2016 yil 29 iyunda «Sports.ru “Nasaf” – “Sug‘diyona” o‘yini kelishilgan o‘yin bo‘lganini bildirdi» sarlavhasi ostida e‘lon qilindi.

Aslida jurnalistlar, o‘z kasbiy vazifalariga muvofiq, axborot vakuumida yashashlari mumkin emas. Blogerlardan olingan ma’lumotlar jurnalistlar tomonidan rasman e‘lon qilinmasa-da, baribir ularni kundalik faoliyatlarida nazardan qochirmaydilar. Zero, an’anaviy OAVning axborotni yashirit odati ularga bo‘lgan ishonchga putur yetkazadi. Natijada odamlar bloglarga o‘xshagan axborot manbalariga murojaat etishga majbur bo‘ladilar. Bunda auditoriyaning professional jurnalistlarga bo‘lgan ishonchi pasayadi, blogerlar mavqei esa oshib boraveradi. Natijada an’anaviy jurnalistikaning reytingi biroz tushib ketishi mumkin.

Ayrim rasmiy OAV doimiy ravishda bloglardan axborot manbai sifatida foydalanib turadilar. «LIFENEWS mobil ilovadan foydalanib, smartfonning har bir foydalanuvchisi Android va iOSlarda bevosita voqea joyidan foto yoki videoreportajni tayyorlay biladi va buning uchun gonorar oladi. Loyihaning birinchi yili telekanal noprofessional jurnalistlarni taqdirlashga 10 million rubl sarflashni rejalashtirgan. Shunday qilib, projekt smartfondan foydalana oladigan va texnikani o‘rgangan auditoriyani dolzarb yangiliklarni yaratish jarayoniga jalb etmoqchi».

Sifatli kontentni yaratish — ko‘prok vaqt va jiddiy mehnatni talab etadigan jarayon. Shuning uchun taniqli blogerlar yaxshi materiallarni e‘lon qilish uchun ancha kuch, bilim va mahorat sarflaydilar.

Zamonaviy bosqichda blogerlarning texnik imkoniyatlari juda rivojlanib ketdi. Nemis nashrlari ichida yetakchi o‘rinlarga ega bo‘ulgan «Frankfurt ommaviy gazetasi»ning bosh muharriri Frank Shirrmaxerning aytishicha, «bugun har bir odamning o‘z stoli yoki cho‘ntagida shunday apparat borki, u unga 20 yil oldin Amerika prezidentida bo‘lgan kommunikativ kulayliklarga ko‘ra ko‘prok imkoniyat yaratmokda. Bor-yo‘g‘i ikki yevro bilan telestudiya yoki nashriyot ochish mumkin».

Nemis muharriri ko‘rsatgan narx — bir vaqtlari juda qimmat turgan apparaturalar bugun nihoyatda arzonlashib ketganini tasdiqlamoqda, bu esa blogerlar harakati rivojlanishining asosiy omillaridan biridir.

Tezkorlik, birinchi bo‘lib aytish doimo jurnalistikaning eng muhim prinsipi sanalgan. Shu nuqtai nazardan, an‘anaviy mediaga qaraganda, blogerlar tomonidan materiallarni e‘lon qilish ilgarilab ketmoqda. Materiallarni tezroq e‘lon qilish bloger uchun bosh masala bo‘lganligini u yaxshi tushunadi. Shuning uchun u, boshqalardan o‘tish maqsadida, tezrok harakat qiladi. Bunday intilish bir qator yutuq va kamchiliklarga olib borsa-da, yutuqning ahamiyati yo‘l qo‘yilgan kamchiliklardan yuqoriroq bo‘ladi.

Alohida ta‘kidlash kerakki, so‘nggi paytlarda blogerlik jurnalistikasi an‘anaviy jurnalistikaning kuchli raqobatchisiga aylandi. Agar rasmiy jurnalistika sodir bo‘layotgan ayrim nozik voqealar haqida xabar berishdan bosh tortsa, blogerlar bu bo‘shliqni zudlik bilan to‘ldiradi. Mashhur blogerlar bugun turli ijtimoiy aksiyalarning asoschilari sifatida harakat qilmoqdalar.

Rossiyalik jurnalist Lipa Moskvicheva shunday deb yozadi: «Buni afsus yoki qonuniyat deb qabul qilish kerakmi, lekin zamonaviy internet davrida iste‘molchilar yangiliklar uchun an‘anaviy nashrlardan ko‘ra ko‘proq blogerlarga murojaat etmoqdalar». Nega bunday? Ijtimoiy tarmoqlardagi bloglar jurnalistikasi qanday afzalliklarga ega?

Tadqiqot jarayonida blogerlarda bunday texnikaviy, mavzuiy, xronologik, tashkiliy va boshqa afzalliklar talaygina ekanligiga guvoh bo'ldik. Masalan, axborot texnologiyalarini chuqur tushunmaydigan oddiy odam bemalol axborot almashinuvi jarayonida qatnasha oladi. Jurnalistika amaliyotida voqeani ko'rgan odamdan ma'lumotlar olish qadrlanadi. Bu jihatdan blogerlar bilan hech kim tenglasholmaydi. Balki bu ishni professionallik bilan bajara olmaydilar, lekin ular hodisani ko'rib, u haqdagi xabarni tezkorlik bilan yetkazadigan muxbirlardir.

E'lon qilinayotgan materialni forum ko'rinishida, turli talqinlar asosida muhokama qilish yoki sharhlash ijtimoiy tarmoqlar uchun odatiydir. An'anaviy medialarning xabarlariga ko'ra, blogerlar faoliyatida ma'lumotlarning muqobili tez-tez uchrab turadi, hatto, ularga nisbatan fukaroviy jurnalistlar ataylab teskari axborot berishi mumkin. Natijada auditoriya uchun solishtirish imkoniyati paydo bo'ladi. Shunday qilib, har bir jamiyat uchun suv va havodek zarur bo'lgan fikrlar xilma-xilligi shakllanadi.

An'anaviy OAVning ayrim tahririyatlari ayni bir paytda o'z bloglariga ega bo'lmoqda, kolaversa, blog xududi ular uchun sinov poligonlari vazifasini o'taydi. Auditoriya qiziqishini uyg'otgan materiallar gazeta va jurnallar, radioeshittirish va teleko'rsatuvlarning asosiy nomerlarida paydo bo'ladi. Agar biron-bir narsa noto'g'ri chiqsa, bloglar norasmiy manbalar bo'lgani sababli, ulardagi xatolar uchun javobgarlik pastroq bo'ladi.

Blogerlar uchun ularga ahamiyatli deb tuyulgan boshqa birovlarining materiallarini o'z saytlariga ko'chirib joylashtirish xarakterli tendensiyadir. An'anaviy media bunday usuldan odatda foydalanmaydi.

Blogerlar o'z faoliyatida asosiy e'tiborni jamiyatdagi noroziliklar, axolining tanqidiy fikrlaydigan qatlamlariga qaratadi, jamoaviy aksiyalar va harakatlarni qo'llab-quvvatlaydi. Avvalgi mediasiyosat — axborotni yashirish, voqealarni noto'g'ri baxolash, nashrlarning ikkiyuzlamachiligi va yugurdakligi blogerlar uchun yaxshigina imkoniyatlar yaratdi. Shunday paytda, taassufki, blogerlarning aynan tahrir qilinmagan, filtrlanmagan jurnalistikasi omma diqqatini o'ziga ko'proq tortadi.

Professional jurnalistlardan farqli o‘larok, blogerning doimiy ish haqi yo‘q, uning xizmati muxarrirga bog‘lik emas, u siyosiy platformaga rioya qilishga yoki materialni o‘z muddatida topshirishga majbur emas. Bu unga o‘z fikrini erkin aytishga fursat beradi. Aksariyat blogerlar ushbu erkinlikni yo‘qotmoqchi emaslar.

Xalkaro jurnalistikaning amaliyoti ko‘rsatganidek, vaqti-vaqti bilan ba‘zi mamlakatlarda an’anaviy OAVga omma ishonchining yo‘kolishi tufayli ular inkirozga yuz tutishi uchrab turadi. Shunday paytlarda rasmiy nazoratda bo‘lmagan mediaga, masalan, voqealarga turli versiyali baholar berayotgan blogerlar kundaliklariga, e’tibor kuchayadi.

Faktlarni e’lon qilish jurnalistikada katta ahamiyatga ega. Bu — jurnalistik mehnatning eng mas’uliyatli, murakkab va nozik masalalaridan biri. Chunki e’lon qilinayotgan faktlar hokimiyat tuzilmalari, harbiy yoki moliyaviy tashkilotlar va boshqa obro‘li idoralar uchun muhim yoki ma’lum darajada mahfiy bo‘ulishi mumkin. Hatto, u yoki bu faktlarni e’lon qilish tahririyatga jiddiy zarar keltirishi ehtimoldan xoli emas. Lavozimdan bo‘shatish, sud jarayonlariga tortish, reklamani to‘xtatish va h.k.lar ana shular jumlasidandir. Shu bilan birga, faktlar – jurnalistik materialning eng kerakli qismi. Shuning uchun muhim faktlardan, ular xavfli bo‘lgani uchun, voz kechish nafaqat ushbu tahririyat obro‘yiga, shu bilan birga jurnalistika mavkeiga ham putur yetkazishi mumkin.

Bu ma’noda blogerlarning ahvoli bir muncha yengilroq. Ular siyosiy bosim, moliyaviy shartnoma, reklama borasidagi kelishuvlar yoki boshqa shu kabi shartlar bilan cheklanmagan. Natijada, blogerlar auditoriyaga kerak bo‘lgan eng qaltis faktlarni e’lon qilishga jur’at topadilar. Buning isboti sifatida jahon jurnalistikasi uchun AQSHda bo‘lib o‘tgan va OAV uchun muhim xarakterga ega bo‘ulgan 2001 yil 11 sentyabr voqealarini keltiramiz. O‘sha kuni sodir bo‘lgan terroristik harakatlar haqida batafsil ma’lumotlarni auditoriyaga ko‘proq blogerlar yetkazdi, an’anaviy OAV ulardan ancha orqada qolib ketdi. Bu vokea xalqaro aqamiyatga ega bo‘lib, blogerlarning ustuvorligini yaqqol ko‘rsatdi. Bunda xorijiy OAV uchun ma’lumot manbasining ahamiyati bo‘lmadi. U «New York Times» gazetasimi yoki bloger, ularga, eng avvalo, ma’lumot kerak edi. Voqeada juda ko‘p odamlar bevosita

qatnashdi, bunda blogerlarga hech kim teng bo‘lmadi. Aynan blogerlar ushbu hodisa hakida keng jamoatchilikka nihoyatda ko‘p hujjatlarga asoslangan faktlar, fikrlar va boshqa batafsil ma’lumotlarni yetkazdi. Son jihatdan blogerlar juda ko‘p edi va yetarli darajada axborotni yig‘di. Natijada blogerlar voqeaning to‘laonli manzarasini yarata oldilar.

Terrorchilarning bir qismi blogerlar tushirgan tasvirlardan anilandi. «New York Times» va «Washington Post» kabi obro‘li nashrlar ko‘proq blogerlar yetkazgan materiallarni tahlil qilib, umumlashtira oldi. Shunday kilib, 11 sentyabr kuni ro‘y bergan voqea haqidagi ma’lumotlarning asosiy qismini axborot maydonida blogerlar joylashtirdi.

Shu bilan birga, ijtimoiy tarmoqlardagi blogerlik jurnalistikasining qator kamchiliklaridan ham ko‘z yumib bo‘lmaydi. Eng asosiy kamchilik — axborot haqqoniyligining tez-tez buzilishida ko‘rinadi. «Holva.uz saytining anonsida shunday deb ta’kidlangan (saytning o‘zi ochilmadi): «Holva sotsial tarmoqlarda. «Ijtimoiy tarmoqlar», belgili maqolalar. «Ijtimoiy tarmoqlarda har ikkinchi kishi aldaydi! Uz World Pressda ishlaydi.

Nazorat savollari:

1. Blogerlik qanday faoliyat?
2. Blogerlik faoliyatining xususiyatlari haqida nimlarni bilasiz?
3. Blogerlarning OAVda faoliyat yuritayotgan professional jurnalistlardan farqini tasniflab bering.

4-mavzu: Shaxsiy pozitsiyalarini bloger sifatida bildirishga intilish: sabab va mohiyat (2 soat)

Reja:

1. Shaxsiy pozitsiyalarini bloger sifatida bildirishga intilish: sabab va mohiyat.
2. Jamiyatlar hayotida blogerlarning o‘ziga xos o‘rni.
3. Noodatiy manzara, ya’ni davlat yoki jamoatchilik vakillarining keng ommadan ayrim axborotni yashirishga urinishlari va bunday holatda blogerlarning yangilik haqida bilganlaricha gapirib, yetakchilikni qo‘lga olishlari.

Bunday holatda professional jurnalist yoki nashrlar, boshqa manba yo'qligi sababli, blogger uzatgan axborotdan foydalanishga majbur bo'lishlari.

Bloggerlarning aksariyati faktlarning to'g'riligini tekshirishga ahamiyat berishmaydi. Jahon jurnalistikasida, masalan, har bir faktning to'g'riligini bir-biri bilan bog'liq bo'lmagan ikkita xolis manbalardan qayta tekshirish mezon sifatida qabul qilingan. Bloggerlarning fikricha, agar ular axborot manbasini yoki ma'lumot bergan odamning familiyasini ko'rsatsa, shuning o'zi yetarli, bu yog'iga o'shalar javob beradi. Bizningcha, bu — noto'g'ri yondashuv, chunki bloggerlar omma uchun yozyaptimi, demak, faktlarning to'g'riligini tekshirishlari kerak.

Yana bir tendensiya — ijtimoiy tarmoqlarda muallifning huquqi tez-tez buzilib turilishi. Birovning fikrini sharhlaganda, ko'pincha bloggerlar bu kimning fikri ekanligiga e'tibor bermaydilar, asl muallifni tilga olmaydilar.

Voqea-hodisaga boshqalar bergan bahoni o'z qarashlari deb ko'rsatadilar yoki ma'lumotlarni keltirganda, manbani tilga olmaydilar. Sensatsiya xarakterida gapirish, hokimiyat organlarini asossiz ayblash, populistik harakatlar bloggerlar ishida ko'p uchrab turadi.

A.A. Zudochkinaning ta'kidlashicha, rossiyalik tadqiqotchilar M. Kabanov va N. Pauli korporativ blogning quyidagi ijobiy tomonlarini ajratgan:

- 1) hamkasblar va faol iste'molchilardan iborat bo'ulgan virtual xamjamiyatni tuzish;
- 2) bloglarni olib borishga norasmiy yondashuv;
- 3) kompaniyaning yangi sahifasiga doimo materiallar yozib turishdan ko'ra, korporativ blogni olib borish osonroq;
- 4) bevosita kommunikatsiya va qarama-qarshi (qayta) aloqa ta'minlangan;
- 5) fikrlar almashuvi rag'batlantiriladi;
- 6) professionallar va jurnalistlar uchun axborot manbai;
- 7) blog mutaxassislar kompetentligini ko'rsatishga qodir.

Korporativ blogning kamchiliklari sifatida quyidagilarni keltirish mumkin:

- 1) hamjamiyatning reaksiyasini nazorat qilib, u qanday bo'lishini oldindan bilib bo'lmaydi;

- 2) ma'lum bir adabiy qobiliyatni talab etadi;
- 3) kompaniyadan ko'ra ko'prok xodimlarni tanitadi;
- 4) blogdagi ma'lumotga ishonch uncha yuqori emas».

Xulosa qilib aytganda, blogerlarning soni va blogosfera tez o'sib bormoqda. XX asrning 90-yillarida internet imkoniyatlari ikki martaga rivojlangan bo'lsa, hozirda blogerlik aynan shunga yaqin sur'atlar bilan taraqqiy etmoqda. Ko'pchilik mutaxassislar fikricha, blogerlikning istikboli aniq strategiyaga asoslangan. Ayrim mualliflar hatto vaqti kelib, blogerlik an'anaviy jurnalistikani chetga surib qo'yadi, degan fikrdalar.

Blogerlik jamiyat rivojlanishining samarali usulidir, chunki blogerlar kamchiliklarni yamirmaydilar yoki inkor qilmaydilar va xatolar haqida ochiq-oydin gapiradilar. Blogerlarning yana bir yutug'i shundan iboratki, ular tez-tez qarama-qarshi baholarni keltirib turadilar va shu bilan jamiyatda fikrlar xilma-xilligini ta'minlaydilar.

An'anaviy jurnalistika buni istaydimi, yo'qmi — blogerlik unga jiddiy ta'sirini ko'rsatmokka. Blogerlik bilan raqobatga kirib, an'anaviy jurnalistika xam zamonga moslashishga harakat qilmoqda.

Oxirgi yillarda yangi tendensiya joriy bo'lmoqda. Ularga ko'ra blogerlikning kuchini bilgan turli siyosiy, moliyaviy va millatchilikka berilgan tuzilmalar yoki taniqli blogerlarni sotib olmoqda yoki o'zlari g'uyoki betaraf bo'lgan blogerlarni tashkillashtirib (tanikli iqtisodchilar, sportchilar, san'atkorlar, talabalar, o'kituvchilar), o'z siyosatini amalga oshirishga harakat qilmoqdalar, masalan, ushbu tuzilmalarning opponentlari bo'lgan shaxslar, idoralar va hatto, davlatlarni qoralamoqdalar.

Blogerlarning birdamlik tuyg'usi ancha yuqori. Ular boshqa sayt va bloglardagi dolzarb materiallarni tez o'zlashtiradilar, bir-birlarini himoya qiladilar, materiallar, adabiyotlar yoki axborot manbalarini o'zaro almashadilar. Virtual fuqarolik jurnalistikasining huquqiy asoslarini yaratish hozirgi davrning eng murakkab va dolzarb masalalaridan biridir. Ushbu muammo tufayli jahon jurnalistikasi ikki qismga bo'linib ketdi, ularni shartli ravishda amerikacha (g'arbiy) va xitoycha (sharqiy) deb atash mumkin. AKSH boshchiligidagi G'arbiy Yevropa mamlakatlarining g'oyasiga muvofiq har bir kishi internet makonida xohlagan tarzda axborot faoliyatini olib

borishta haqlidir, ularning o‘zlarini esa jurnalistga tenglashtiriladi. Xitoy davlatining pozitsiyasiga ko‘ra, faqat davlat ro‘yxatidan o‘tgan (O‘zbekistonda rasmiy maqomga ega bo‘lgan) ijodkorlarni jurnalist deb aytish mumkin, boshqalar bunday imkonga ega emaslar. Bu bahs XX asrning ikkinchi yarmida bo‘lib o‘tgan mashhur musobaqani eslatadi. O‘shanda ikki axborot doktrinasi tarafdorlari bir-biri bilan qattiq kurashga kirishgan edi. AQSH boshchiligidagi G‘arbiy Yevropa mamlakatlari «Erkin axborot oqimi nazariyasi»ni qo‘llab-quvvatladi. Sobiq sovet ittifoqi va uning atrofidagi davlatlar (bularga Xitoy va Hindiston ham kirardi) «Yangi umumjahon axborot almashuvi tartibi»ni ma’qulladilar. Tortishuvni ikkala tomon argumentatsiyasi emas, texnika rivojlanishi hal qildi, internet yaratilgani bilan erkin axborot oqimi o‘z-o‘zidan g‘alaba qozondi.

Yengillashtirilgan mualliflik tushunchasi va uning xususiyatlari

VVS korporatsiyasi 2005 yilni «Raqamli fuqaro yili» deb e’lon qildi. Bu bejiz emas. Raqamli texnologiyalar yordamida oddiy fuqarolarning xalqaro va milliy axborot makonida bevosita qatnashishi dunyo miqyosida demokratiya rivojlanishining strategik yo‘lidir.

Sotsial tarmoqlar blogerlar faoliyati uchun qulay maydon ekanligi, eng avvalo, undagi ijodiy jarayonning o‘z xususiyatlariga egaligi bilan belgilanadi. Bularning ichida muhim o‘rinni «yengillashtirilgan mualliflik» uslubi egallaydi. Avvalo, mazkur istiloh mohiyatiga e’tiborimizni qaratamiz.

“Yengillashtirilgan mualliflik” nima degani?

Ma’lumki, blogerlarning asosiy qismi mediada ishlashi uchun maxsus ma’lumot va kasbiy tayyorgarlikka ega emaslar. Lekin ular o‘z fikrlarini boshkalarga yetkazishga ehtiyoj sezadilar. Bu ehtiyoj tarmoqda materiallar joylashtirilishi bilan amalga oshiriladi. Bunda blogerlar professional koidalar asosida emas, balki Uzlari bilganday, kullaridan kelgancha yozadilar. Natijada, ijodning ma’lum bir yangi fenomeni shakllanadi. Biz ushbu fenomenga yengillashgan mualliflik uslubi nomini berdik. Mazkur uslub blogerlarning ularga qulay bo‘lgan ijodiy amaliyot natijasida shakllanadi. Ushbu faslda mana shu hodisaga o‘z tavsifimizni berishga, uning xususiyatlarini ko‘rsatishga harakat kildik.

Eng avvalo, biz blogerlarning tarmoqdagi obraziga e'tibor qaratishimiz zarur. Havaskor muallifning shaxsi sotsial tarmoqlarda faqat qisman bilinadi. Chunki sotsial tarmoqlar o'z ko'rinishi va uslubiga ega bo'lib, bu yerda ishlaydigan barcha ijodkorlar ma'lum darajada ushbu uslubga moslashishga majbur bo'ladilar. Ular o'z shaxslaridan va ijod uslublaridan voz kechmaydilar, ularni davom ettiradilar, faqat ushbu ijod mazmuni va usullarini tarmoq talablariga moslashtiradilar. Shunday hollar ham uchraydiki, ayrim mualliflar bilmasdan yoki ongli ravishda o'zlarini muhokama qilinayotgan masalani tushunmaydigan, savodsiz, hazilkash yoki befahm odam deb ko'rsatadilar.

Yengillashgan mualliflikni shakllantiradigan muhim shartlar, shaxsiy ijodiy tayyorgarlik pastligi bilan bir qatorda, demokratiya va interfaollikdir. Muallif o'z ijodi davomida o'ziga maslakdoshlarni qidiradi, ular bilan yakdil bo'lishga harakat qiladi. Odatda bloger intuitiv ravishda o'ta aqlli yoki murakkab tilda gapirishlan qochadi, aksincha, o'z fikrlarini juda sodda va tushunarli qilib yetkazishga intiladi. Chunki bundan ko'piga uning kuchi yetmaydi. Yana u asarini ko'pchilik o'qishini xohlaydi. Qolaversa, boshqacha yozishni istamaydi. Yengillashgan mualliflik uslubining paydo bo'lishining asosiy sabablari mana shular.

Bloger badiiy jihatdan yetuk muallif bo'lishga harakat qilmaydi. Bunday istak ko'proq professional mualliflarga xos. Tarmoqda bloger o'ziga o'xshaganlar darajasida yuradi. Uni boshqalar tushunishi u yozayotgan asarning badiiy-estetik saviyasidan yoki murakkab g'oya va obrazlaridan ko'ra muhimroqdir. Buning uchun u foydalanuvchilar bilan asar orqali oddiy, hammaga tushunarli tilda gaplashadi. Boshqacha qilib aytganda, u kundalik hayotda keng ommadan eshitgan gaplarini qog'ozga tushiradi, ma'lum darajada tartibga soladi va yana keng ommaga taqdim etadi.

Nazorat savollari:

1. Blogerlarning shaxsiy pozitsiyasi qanchalik muhim va asosli?
2. Nega blogdagi ma'lumotga ishonch uncha yuqori emas?
3. Blogerlarning mediada ishlashi uchun maxsus ma'lumot va kasbiy tayyorgarlikka ega bo'lishlari haqidagi fikrlaringiz.

VI. AMALIY MASHG‘ULOTLAR MAZMUNI

1-amaliy mashg‘ulot: Ijtimoiy tarmoqlarning jamoatchilik fikrini shakllantirishdagi ta’sir kuchi. (2 soat)

Ijtimoiy tarmoqlar bilan tanishish

Axborot manbalarining ko‘payib, ommaviy kommunikatsiyalarning tez sur’atlarda taraqqiy etib borayotganligi globallashuv jarayonining tezlashishiga ta’sir o‘tkazmasdan qolmayapti. Ommaga tezkor va ishonchli yangilik hamda xabarlarni yetkazib berishda OAVning bir ko‘rinishi bo‘lgan ijtimoiy tarmoqlar muhim o‘rin tutmoqda. Yana bir jihati, bugungi tezkor davrda ijtimoiy tarmoqlarning jamoatchilik fikrini shakllantirish borasidagi faoliyati ham yuqori darajada bo‘lmoqda deyilsa, hech bir mubolag‘a bo‘lmaydi.

Talabalarga ijtimoiy tarmoqlarda jurnalistikaning shakllanishi, faoliyat tendensiyalari, xususiyatlari va uning umumjahon sivilizatsiyasidagi o‘rnini aniqlashga qiziqish nihoyatda ortib borayotganligi atroflicha tushuntiriladi.

Axborot texnologiyalari taraqqiyoti natijasida internet tizimi butun yer sharini qamrab olganligi, dunyo miqyosida faoliyat yuritayotgan “Facebook”, “Twitter”, “VKontakte”, “Odnoklassniki” kabi ijtimoiy tarmoqlar axborot makonining tarkibiy qismiga aylanganligi, ijtimoiy tarmoqlarning jamoatchilik fikrini shakllantirishdagi ta’sir kuchi an’anaviy ommaviy axborot vositalariga nisbatan yuqori bo‘lib, axborot oqimining tezlashuvi, jadallashuvi hamda universal texnologiyalar bilan bog‘lik umumbashariy rivojlanishlar globallashuv jarayoniga o‘z ta’sirini o‘tkazayotganligi, chunki bugungi kunda axborot ko‘lami yer sharining bir nuqtasidan ikkinchi nuqtasigacha bir necha soniyalar davomida yetib borishi oddiy holga aylanib qolganligi ta’kidlanadi.

Bularga misol sifatida “Facebook”, “Twitter”, “VKontakte”, “Odnoklassniki” kabi ijtimoiy tarmoqlardan ma’lumotlar olinib, tahlil qilinadi.

Masalan, “Facebook” – dunyoda eng yirik tarmoqlardan biri. Dastlab undan faqat Garvard universiteti talabalari foydalangan bo‘lsalar, keyinchalik bu imkoniyat barchaga berildi. 2016 yilning yozida tarmoqdan foydalanuvchilarning soni 1 mlrd.

710 mln kishini tashkil yetdi. Bugun bir kecha-kunduzda tarmoqqa 720 mln. odam kiradi. Foydalanuvchilar bu yerda har kuni 6 mlrd. «layk», 300 mln rasm qoldirmoqdalar. Tarmoq saytlarida 200 mlrd. do‘stlik aloqalari qayd etilgan. 2015 yilga kelib, tarmoq kengliklarida ko‘rilgan videolarning soni bir kunda \$ mlrd. ni tashkil etdi.

Xalqaro tarmoqlar tipologiyasi

T/r	Xalqaro tarmoq, blog va mikroblog	Nomi
1.	Umumiy xarakterga ega bo‘lgan tarmoqlar	Facebook, YouTube, Google+, Instagram, Myspace, Ask.fm, Mixi, Pinterest, Renren, Cloob, RetroShare, Vine, Qzone, Weibo, VKontakte, Odnoklassniki, Moy mir
2.	Mavzular bo‘yicha ixtisoslashgan tarmoqlar	Last.fm, Habbo, MyAnimeList, Wakoopa, LovePlanet, Badoo, Tinder, LinkedIn, E-executive, Maybe, Viadeo, iVrach, Mendeley, ResearchGate, Банк обещаний, Дневник, Знакомства, Мамба, Дамочка, Доктор на работе, Мой Круг, Профессионалы
3.	Bloglar	LiveInternet, Ameba, LJ.Rossia, Blogger, Живой Журнал
4.	Mikrobloglar	Twitter, Tumbler, Juick, Plurk

Ijtimoiy tarmoqqa yuqorida berilgan ta'riflarga tayanib, quyidagi xulosalarga kelish mumkin: birinchidan bu ma'lum bir o‘xshashliklar (bir-biriga yaqin bo‘lgan fikrlar, baholar, qarashlar va boshq.) asosida istemolchilarning ijtimoiy pozitsiyalarini birlashtiradi. Ikkinchidan, har bir iste'molchi mazkur aloqalarning mustaqil nuqtasidir. Uchinchidan, ushbu foydalanuvchilar (aktorlar) axborot manbalari bilan o‘rin

almashadi. Bunga muloqot umumjahon «O‘rgimchak to‘ri»da, ya'ni internetda sodir bo‘layotganini qo‘shish mumkin.

Talabalarga globallashuv jarayoni odatda o‘zaro bog‘langan yagona olamni paydo bo‘lishi sifatida talqin qilinishi haqidagi fikrlar aytilib, bu olamda xalqlar bir-biridan odatiy to‘siq va chegaralar bilan ajratilmasligi, globallashuvning barcha tan olgan yagona tushunchasi hozircha mavjud emasligi, bunga sabab, muammoga konseptual yondashuvda turli o‘zaro zid qarashlarning mavjudligi haqida ham misollar bilan tushuncha beriladi.

Ya'ni globallashuv fenomeni atamasi bugungi kunda ilmiy-falsafiy, hayotiy tushuncha sifatida juda keng ma'noni anglatadi. Umumiy nuqtai nazardan qaraganda esa, bu jarayon mutlaqo yangicha ma'no-mazmundagi ijtimoiy-siyosiy, tabiiy-biologik global muhitining shakllanishini va shu bilan birga, mavjud milliy va mintaqaviy muammolarning jahon miqyosidagi muammolarga aylanib borishini ifoda etmoqda.

Talabalarga yana bir muhim jihat – zamonaviy xalqaro hamjamiyatda axborotlashgan makondan chetda turaman, degan mamlakatlar uning ta'siriga ko‘proq uchrab qolishi mumkinligi, bugun axborotni nazorat qilishning imkoni bo‘lmayotganligi, bunga katta tezlikda koinot yo‘ldoshlari orqali masofaviy boshqariladigan elektron moslamalar, ayniqsa, smartfonlarning yaratilishi ham imkon bermasligi, demak, har qanday jamiyat o‘z a'zolariga axborotni qanday boshqarishni o‘rgatishi kerak bo‘lishi, ya'ni axborot xavfsizligi masalasining o‘ta muhimligi alohida ta'kidlanadi.

Xulosa

Demak, ijtimoiy tarmoq–ijtimoiy munosabatlarni ifodalovchi, yashaydigan hududidan qati nazar, tarqoq odamlarni birlashtiruvchi texnikaviy-axborot platformasi (veb-sayt, blog, onlayn servis va boshq.). Bunda foydalanuvchilar bir kasb yoki millat vakillari yoki bir hududda yashaydigan odamlar bo‘lmasligi mumkin.

Ijtimoiy tarmoqlar klassifikatsiyasi muammoni o‘rganadigan muallif yondashuviga bog‘liq. Tadqiqotchining fuqarolik pozitsiyasi, qarashlari, manfaatlari, talab va istaklari nuqtai nazaridan ularning turli, masalan, shaxsiy egosentrik va

jamoaviy polisentrik, rasmiy va norasmiy tasniflarini keltirish mumkin. Tarmoqlar dam olish, madaniy, siyosiy, iqtisodiy, sport, moliyaviy va boshqa yoʻnalishlarga boʻlinadi. Foydalanuvchilar shaxsiy yoki jamoaviy xat yozishmalarini olib borishlari, elektron pochta, telekonferensiyalar, interfaol usullar, mehmonlar daftarlari, forumlar, chatlar, bloglar va boshqa usullar yordamida muloqot qilishlari mumkin.

Savollar:

1. Ijtimoiy tarmoqlarning paydo boʻlishi va jamiyatdagi oʻrni haqidagi fikrlaringizni bayon eting.
2. Ijtimoiy tarmoqlarning OAVdagi oʻrni nimalardan iborat?
3. Ijtimoiy tarmoqlarning bir-biridan farqli jihatlari nimada?

2- amaliy mashgʻulot: Ijtimoiy tarmoqlardagi jurnalistika (2 soat)

Ijtimoiy tarmoqlardagi jurnalistika

Mazkur amaliy mashgʻulotni oʻtishdan maqsad, talabalarga ijtimoiy tarmoqlarda jurnalistikaning mazmun-mohiyatini keng va atroflicha tushuntirishdir.

Birinchidan, shularni ham eʼtiborga olish zarurki, ijtimoiy tarmoqlarda professional va havaskor jurnalistlar faol qatnashmoqda. Natijada ijtimoiy tarmoqlarda jurnalistik faoliyat yuritilmoqda, demak, bu yerda jurnalistika bor. Lekin bu oʻziga xos jurnalistika, anʼanaviy jurnalistika emas. Axborot asri qonuniyatlari va uning rivojlanishi, jumladan, voqealarni yozib oladigan va internetda joylashtiradigan texnikaviy moslamalar professional va havaskor jurnalistlar oʻrtasidagi farqni ancha kamaytirib qoʻydi.

Talaba shularga ahamiyat berish lozimki, ijtimoiy tarmoqlarning yangi OAV sifatida tan olinishi tendensiyasi rivojlangan mamlakatlarda koʻp vaqtdan (20–25 yil) beri joriy etilgan boʻlsa-da, Oʻzbekistonda endigina tarqalmoqda. Buni bir qator faktlar bilan, jumladan, <http://fikir.uz/blog/16124.html> saytida eʼlon qilingan «Ijtimoiy tarmoqlar OAVning yangi koʻrinishi sifatida» sarlavhali maqola bilan tasdiqlash mumkin. Maqola talabalarga oʻqish uchun tavsiya etiladi.

Amaliy mashgʻulot vaqtida ijtimoiy tarmoqlarning yaratilish tarixiga atroflicha toʻxtalib oʻtiladi. Ya'ni bu istilohni ilk bor Manchester sotsiologiya maktabi vakili Jon Barns 1954 yilda chop etilgan «Norvegiya orolidagi qavmlarda sinflar va yigʻilishlar» asarida qoʻllaganligi, bungacha ijtimoiy aloqalar amaliyotini sotsiologlar G. Zimmel, E. Dyurkgeym, D. Moreno, T. Nyukomb E. Bott, Ya. Moreno va boshqalar oʻrgangani, masalan, Ya.L. Moreno ijtimoiy aloqalarning sotsiologik tahlili muammosi bilan faol shugʻullangan boʻlsa, J. Barns oʻz ma'lumotlarini odamlar va nuqtalar oʻrtasida oʻtkazilgan yozma chiziqlar (aloqalar) sifatida tavsiya etganligi misollar bilan tushuntiriladi.

Amaliy mashgʻulotda yana quyidagilar alohida ta'kidlanadi: birinchi xalqaro kompyuter tarmoqi FidoNet boʻlib, uni 1984 yilda dasturchi Tom Jennigs (AQSh) ishlab chiqqan. Ma'lumotlar elektron taxtalari yordamida uzatilib, aloqalar esa hozirgiga oʻxshab shoxlab ketgan, klasterli koʻrinishda emas, balki bevosita, chiziqli boʻlgan.

Zamonaviy koʻrinishdagi ijtimoiy tarmoqlar oʻtgan asrning 90-yillari ikkinchi yarmida paydo boʻldi. Ularning ichida birinchi boʻlib, «Sinfdooshlar»ning inglizcha varianti «Classmates.com» ish yurita boshladi. Tarmoq injener Rendi Konrad tomonidan 1995 yilda tashkil etildi. Uning bir qator afzalliklari bilan birga, kamchiligi ham bor edi — tarmoq profillar, ya'ni, shaxsiy varaqalar yaratishga imkon bermasdi. XX asrning oxirida boshqa tarmoqlar, masalan SixDegress ilgarilab ketdi. Keyinchalik yana bir qator ijtimoiy tarmoqlar paydo boʻldi, ularning ayrimlari umumjahon darajasiga yetdi. Professional jurnalistlari adabiy-estetik jihatdan, Gʻarb jurnalistikasi esa aniqlik mezonlariga koʻra muammoni baholashadi. Bu – koʻp asrlardan beri davom etayotgan an'ana. Bunday yondashuv esa ularning butun ijodiga ta'sir etadi, koʻp hollarda qalam tebratishning bosh mezonini sifatida xizmat qiladi.

Xulosa

Aytish mumkinki, professional jurnalistikani birinchi darajali, fuqarolik jurnalistikasini esa ikkinchi darajali deb hisoblash, bizningcha, bir yoqlamalik boʻladi. Ikkala jurnalistikaning oʻxshash va oʻziga xos tomonlari, ijobiy va salbiy jihatlari shuni koʻrsatmoqdaki, virtual dunyoda ular uchun joy yetarli. Auditoriya masalasiga

kelganda, har ikkalasining ham o'z o'quvchisi va muxlislari bor. Qay biriga ustuvorlik maqomini belgilash, bizningcha, ijobiy natija bermaydi.

Fikrimizcha, vaqti kelib, fuqarolik jurnalistikasi professional jurnalistikaning o'rnini to'liq egallashi to'g'risidagi qarashlar asossiz. O'z navbatida, fuqarolik jurnalistikasi vakillari tomonidan yo'l qo'yiladigan xatolar anchagina, ammo buning uchun uni tan olmaslik noto'g'ri. Chunki fuqaroviy jurnalistlar sayt va bloglarni, faktlardan tashqari, sodir bo'lgan voqea-hodisalar haqidagi kamyob hujjatli rasmlar va videoroliklar, ya'ni hujjatli materiallar bilan to'ldirishlarining o'zi bunday jurnalistika jamiyat uchun nechog'li zarurligidan dalolat beradi. Tavsiya sifatida aytish kerak bo'ladi, blogger yoki professional bo'lmagan ijodkorlarni qisqa kurslar tashkil qilish yoki jurnalistika bo'yicha o'qitish kerak. Ularni jalb qilish kerak bo'ladi. Chunki fuqarolik jurnalistikasi vakillari ham jurnalistikaning qonun-qoida, sir-sinoati, kasb odobi kabilarni yaxshi bilishlari va ularga rioya qilishlari kerak.

Qisqasi, biz tahlil qilgan ommaviy axborot faoliyatining ikkala turi yashashga haqlidir, chunki axborot makonida ular bir-birini o'zaro to'ldirib boradi.

Amaliy mashg'ulot kompyuter xonasida taqdimotlar va tarqatma materiallar yordamida topshiriqlarni bajarish orqali amalga oshiriladi.

Savollar:

1. Ijtimoiy tarmoqlar jurnalistikasining o'ziga xos xususiyatlari haqida fikrlaringiz,
2. Fuqarolik jurnalistika bo'yicha muammolar haqidagi fikrlaringizni bayon eting.
3. O'zbekistonda faoliyat yuritayotgan ijtimoiy tarmoqlarga baho bering.

3-amaliy mashg'ulot: Blogging fuqarolik jurnalistikasining asosiy shakllaridan biri sifatida (2 soat).

Blogging fuqarolik jurnalistikasining asosiy shakllaridan biri sifatida

Amaliy mashg'ulotning boshida talabalarga tarmoq katak (blog)lardan

iboratligi, bloglarning o'zaro birlashishi blogosferaning katakli tuzilishini shakllantirishi, «Fukarolik jurnalistikasi» (citizen journalism) tushunchasi bizga G'arbdan kirib kelganligi, G'arbda «jurnalistika» atamasi biroz boshqacha talqin qilinib, faqat ijod turi, deya e'tirof etilishi, blogging fuqarolik jurnalistikasining asosiy shakllaridan biri bo'lib, bu bir qator manbalar bilan tasdiqlanishi, masalan, bloglar alohida odamga (shaxsiy) yoki guruhga tegishli bo'lishi haqida tushuncha beriladi.

Bloglarning mavqei jahon axborot makonida kundan-kunga oshib borayotganligini ta'kidlash joiz.

Blogerlik — ommaviy axborot sohasidagi faoliyat. Ammo blogerlik shu sohadagi ishning boshqa turlariga, masalan, notiqlik, matbuot, radio yoki televideniyaedagi faoliyatga o'xshamaydi. Masalan, Rossiya Federatsiyasida blogerning saytiga bir kecha-kunduzda uch ming iste'molchidan ko'proq odam kirsa, mazkur blog OAV deb nomlanish huquqiga ega bo'lishi qonun bilan belgilangan.

Amaliy mashg'ulot davomida O'zbekiston qonunchiligida bunday me'yor yo'qligi, 2014-yilda qabul qilingan «O'zbekiston Respublikasining ayrim qonun hujjatlariga o'zgartirish va qo'shimchalar kiritish to'g'risida»gi qonunda «bloger — internet jahon axborot tarmog'idagi o'z veb-saytiga va (yoki) veb-sayt sahifasiga hamma erkin foydalanishi mumkin bo'lgan, ijtimoiy-siyosiy, ijtimoiy-iqtisodiy va boshqa xususiyatga ega axborotni joylashtiruvchi, shu jumladan, axborotdan foydalanuvchilar tomonidan ushbu axborotni muhokama qilish uchun joylashtiruvchi jismoniy shaxs», deya ta'riflanishi, O'zRning 2003-yil 11-dekabrda qabul qilingan «Axborotlashtirish to'g'risida»gi qonunning 3-moddasi shu mazmundagi xatboshi bilan to'ldirilganligi haqida izoh beriladi.

Yana bir qo'shimcha Qonunning 12-1 moddasiga tegishli, Bu yerda «veb-saytning va (yoki) veb-sayt sahifasining egasi, shu jumladan, bloger hamma erkin foydalanishi mumkin bo'lgan axborot joylashtiriladigan internet jahon axborot tarmog'idagi o'z veb-saytiga va (yoki) veb-sayt sahifasiga hamma erkin foydalanishi mumkin bo'lgan axborotni joylashtirishdan avval, uning to'g'riligini tekshirishi, shuningdek, joylashtirilgan axborotning noto'g'riligi aniqlangan taqdirda, uni darhol o'chirib tashlashi shart» deb belgilangan.

Mazkur huquqiy me'yorda blogerlik faoliyati qonuniy kafolatlangan. Faqat huquqshunoslar tomonidan qonunga yoziladigan sharh yoki izohlarda qanday axborotni noto'g'ri deb hisoblash mumkinligi xaqida tushuncha berilmagan. Misol uchun, aytaylik, bir bloger boshqa bloger materialini o'z sahifasiga joylashtirsa va bu ma'lumot noto'g'ri chiqsa, unda kim javobgarlikka tortilishini aniqlash zarur bo'ladi.

Vaholanki, internet kengliklarida axborot noto'g'riligi tushunchasi turli mamlakatlarda turlicha talqin etiladi. Internet esa, davlat chegaralarini bilmaydi. Bu — jahon «O'rgimchak to'ri»ning jiddiy muammolaridan biri.

Aytish kerak, internet qonunchiligini yaratish bugungi kunning eng dolzarb masalasi bo'lib qolmoqda. Fuqarolarning internetdagi faoliyatiga nisbatan dunyo hamjamiyati ikki qismga bo'linib ketdi. AQSh amaliyotiga ko'ra, internetda o'z materiallarini joylashtiradigan har bir kishi jurnalist, deb hisoblanishi mumkin. Xitoy qonunchiligida esa, bloger sifatida faqat davlatning tegishli idorasi tomonidan rasman ro'yxatga olingan shaxslar hisoblanadi. Dunyo elektron axborot makoni paydo bo'lganidan buyon mazkur holat eng murakkab masala bo'lib turibdi. Matbuot, radio va televideniye davrida bu muammo yo'q edi, endi esa u paydo bo'ldi va o'z yechimini kutmoqda. O'zbekiston Respublikasining nuqtai nazariga kelganda aytish zarurki, bizning mamlakatimiz pozitsiyasi Xitoyga yaqinroq.

Talabalarga blogerlik faoliyati O'zbekistonda ham tez rivojlanayotganligi, endilikda mamlakatimizda mazkur faoliyat bilan yuzlab odamlar shug'ullanish asnosida, hatto so'nggi yillarda blogerlar chempionatini o'tkazish an'anaga aylangani http://fikr.uz/blog/blogers_championship/ sayti (aniq muallif ko'rsatilmagan) xabar qilishicha, 2015-yil 21-may kuni o'tkazilgan ikkinchi blogerlar chempionatining yakunlari e'lon qilinganligi, g'oliblar hakamlar hay'ati va auditoriyaning ovoz berishi orqali aniqlangani haqida aytiladi. Ya'ni, birinchi o'nta o'rinni quyidagi blogerlar egalladi: 1) Nozirxon Azizov («Immunitet»); 2) Maqsud Salomov («Huquqda bunday atama mavjud emas»); 3) Aziz Qarshiev («Tuxum po'stlog'i ichida»); 4) Jamshid Niyozov («Supraqoqdi»); 5) Sherzod G'aybullaev («Istamayman...»); 6) Isroil Tillaboyev («Mentor»); 7) Shukurjon Islomov («Xorijlik hamkorlar»); 8) Nigora Salixova («Erkaklarning boshi nega kal?»); 9) G'ayrat Sheraliev («...Oyoq yetgan

ketgaymen»); 10) Davronbek Parmonov («Biz qariyapmiz»).

Amaliy mashg'ulotda blogerlik faoliyatining xususiyatlari haqida gapirilib, avvalo, blogerlar professional jurnalistlarga qay darajada yaqin, degan savolga javob berish zarurligi, bizningcha, bu yerda asosiy ma'no «professional» so'zida mujassamlashgani, chunki blogerlar aynan professional xodim emasligi ta'kidlanadi (o'z bloglariga ega bo'lgan professional jurnalistlar bundan mustasno). Shunday ekan, ularni jurnalist deb atash mumkinmi? «Ha» degan javobni bera olmaymiz. Qonunchilikda jurnalist kim degan, savolga O'zbekiston Respublikasi «Jurnalistik faoliyatni himoya qilish to'g'risida»gi qonunning 3-moddasida: «Jurnalist – O'zbekiston Respublikasining yoki xorijiy davlatning ommaviy axborot vositalarida xizmat qiladigan yoxud ularda shartnoma asosida ishlaydigan va ma'lum mavzudagi axborotni to'plash, tahlil etish hamda tarqatish bilan shug'ullanuvchi shaxsdir», deb qayd etilgan. Qolaversa, jurnalist – O'zbekistonda jurnalistika sohasida ta'lim olgan, malaka va diplomga ega bo'lgan va jurnalistik faoliyat bilan shug'ullanuvchi mutaxassis. Lekin mamlakatimiz gazetalarida, ayniqsa, hududiy nashrlarda jurnalist diplomiga ega bo'lgan xodimlar deyarli qolmagan, asosan, filolog va tarixchilar jurnalist lavozimida faoliyat yuritmoqda. qisqasi, O'zbekiston sharoitida blogerlikni ommaviy axborot bilan ishlash sohasidagi faoliyat desak, xato bo'lmaydi.

Blogerlik jurnalistikasining o'ziga xos xususiyati shuki, bu yerda kimgadir havola qilish shart emas, odatda u o'z shaxsiy fikrini bildiradi, chunki blog uning kundaligidir.

Shu yerda talabalarga blogerlik jurnalistikasining muhim bir belgisi – yangi axborot vaqti-vaqti bilan, davriylik asosida chiqib turishi lozimligi, bu jihat mazkur sohani an'anaviy jurnalistikaga yaqinlashtirishi, bunday davriylikka aslida blogerni xech kim majburlamasligi, lekin ularning o'zi, birinchidan, auditoriya navbatdagi materialni kutib turganini bilishi, ikkinchidan, uning o'zi ham ma'lumotlarini tez-tez yetkazib turishga zarurat sezishi, bloger auditoriya talab etadigan yangiliklarning, turi va mazmunini his qilishi kerakligi, aks holda u an'anaviy jurnalistika vakillari va boshqa blogerlar bilan raqobatga bardosh berolmasligi haqida misollar bilan tushuntiriladi.

Talabalarga olimlar va soha mutaxassislarining korporativ blogning quyidagi ijobiy tomonlarini ajratganganligi haqidagi quyidagi misollar keltiriladi:

- 1) hamkasblar va faol iste'molchilardan iborat bo'lgan virtual xamjamiyatni tuzish;
- 2) bloglarni olib borishga norasmiy yondashuv;
- 3) kompaniyaning yangi sahifasiga doimo materiallar yozib turishdan ko'ra, korporativ blogni olib borish osonroq;
- 4) bevosita kommunikatsiya va qarama-qarshi (qayta) aloqa ta'minlangan;
- 5) fikrlar almashuvi rag'batlantiriladi;
- 6) professionallar va jurnalistlar uchun axborot manbai;
- 7) blog mutaxassislar kompetentligini ko'rsatishga qodir.

Korporativ blogning kamchiliklari sifatida quyidagilarni keltirish mumkin:

- 1) hamjamiyatning reaksiyasini nazorat qilib, u qanday bo'lishini oldindan bilib bo'lmaydi;
- 2) ma'lum bir adabiy qobiliyatni talab etadi;
- 3) kompaniyadan ko'ra ko'prok xodimlarni tanitadi;
- 4) blogdagi ma'lumotga ishonch uncha yuqori emas».

Xulosa

Blogerlarning soni va blogosfera tez o'sib bormoqda. XX asrning 90-yillarida internet imkoniyatlari ikki martaga rivojlangan bo'lsa, hozirda blogerlik aynan shunga yaqin sur'atlar bilan taraqqiy etmoqda. Ko'pchilik mutaxassislarning fikricha, blogerlikning istiqboli aniq strategiyaga asoslangan. Ayrim mualliflar hatto vaqti kelib, blogerlik an'anaviy jurnalistikani chetga surib qo'yadi, degan fikrdalar.

Blogerlik jamiyat rivojlanishining samarali usulidir, chunki blogerlar kamchiliklarni yashirmaydilar yoki inkor qilmaydilar va xatolar haqida ochiq-oydin gapiradilar. Blogerlarning yana bir yutug'i shundan iboratki, ular tez-tez qarama-qarshi baholarni keltirib turadilar va shu bilan jamiyatda fikrlar xilma-xilligini ta'minlaydilar.

An'anaviy jurnalistika buni istaydimi, yo'qmi – blogerlik unga jiddiy ta'sirini ko'rsatmokda. Blogerlik bilan raqobatga kirib, an'anaviy jurnalistika xam zamonga

moslashishga harakat qilmoqda.

Savollar:

1. An'anaviy jurnalistika bilan fuqarolik jurnalistikasi orasidagi o'xshashlik va farqlar?
2. Blogerlik faoliyatining xususiyatlari nimalardan iborat?
3. Blogerlarning OAVda faoliyat yuritayotgan professional jurnalistlardan farqini aniqlang.

4-amaliy mashg'ulot: Jurnalistlarning o'z kasbiy vazifalari (2 soat).

Jurnalistlarning o'z kasbiy vazifalari

Dunyo miqyosida globallashuv jarayonining kuchayib, axborot makonlarining ko'payib borayotganligi ommaviy axborot vositalari va ularda faoliyat yuritayotgan jurnalistlar oldiga ham qator vazifalarni qo'ymoqda.

Amaliy mashg'ulot o'tish vaqtida talabalarga ana shu muammolar haqida ham keng tushuncha berish talab etiladi. Birinchidan, jamiyatda professional jurnalistikaning o'rni, vazifalari haqida to'liq ma'lumot berish kerak.

Ya'ni, jurnalistika ijtimoiy faoliyat sifatida jamiyatda muhim o'rin tutadi. U tarkibidagi barcha tizimlar yordamida ommaga ijtimoiy ahamiyatga molik axborotlarni yetkazib beradi. Jurnalistika ko'p qirrali tizim hisoblanib, uning ijtimoiy munosabatlarda aniq pozitsiyasi bor va jamiyatdagi ijtimoiy jarayonlarga faol ta'sir ko'rsatadi.

Shuningdek, jurnalistikaning informatsion kommunikativlik, boshqaruvchilik, ma'naviy ishlab chiqarishning faol qatnashchisi, odamlarning haq-huquqlari, manfaatlarini himoyachisi, jamoatchilik orasida fikr uyg'otish, mamlakatimizda ijtimoiy, iqtisodiy, siyosiy va madaniy sohalarda bosqichma-bosqich amalga oshirilayotgan islohotlarning maqsad, mazmun-mohiyatini oshkora va xolis yoritish borasidagi mas'uliyatli vazifalari ham bor.

Jurnalistikaning jamiyatdagi maqsad va vazifalari haqida yana shularni qo'shimcha qilish mumkinki, jurnalistika paydo bo'lganidan buyon o'zi faoliyat yuritayotgan jamiyat manfaati yo'lida xizmat qilib kelgan, uning ijtimoiy hayotni aks

ettirish ko'rinishlaridan biri, ommaviy auditoriyaga yo'naltirilgan, jamiyat hayotining barcha jabhalarini yoritishi, dolzarb xabarlarini yig'ib, qayta ishlab, gazeta, radio, televideniye, internet va boshqa vositalar orqali tarqatish kabilarni aytish mumkin. Shuningdek, amaliy mashg'ulot vaqtida talabalarga zamonaviy jurnalistikaning ayni vaqtlardagi maqsad, vazifalari, ularning jamiyat rivojiga qo'shayotgan hissasi, OAVning emin-erkin faoliyat yuritishlari uchun mustaqillik yillarida huquqiy asoslar yaratilganligi, hozirgi davr talabiga javob beradigan jurnalist kadrlar tayyorlash borasida olib borilayotgan samarali ishlar haqida ham aytib o'tish joiz.

Aytish joiz, professional jurnalistikaning maqsad va vaziflari haqida fakultetda o'qish davomida yuqorida aytib o'tilganidek, to'liq ma'lumotlar berilgan va bu borada talabalarda tushuncha yetarli, desa bo'ladi. Yana bir jihat, shular barobarida, zamonaviy jurnalistikaning, o'rni, ahamiyati, ularning professional jurnalistikadan farqli jihatlari haqida to'laqonli ma'lumotlar berish kerak bo'ladi. Chunki bu – davr talabi.

Jurnalistlarning o'z kasbiy vazifalariga muvofiq, axborot vakuumida yashashlari mumkin emasligi, blogerlardan olingan malumotlar jurnalistlar tomonidan rasman elon qilinmasa-da, ularni kundalik faoliyatlarida nazardan qochirmaslik sabablari. Odamlarning bloglarga o'xshagan axborot manbalariga murojaat etish sabablari va professional jurnalistlarga bo'lgan ishonchining pasayishi omillari.

Ta'kidlash kerak bo'ladi, o'zlarini fuqarolik jurnalistika vakillari yoki blogerlar deb atayotgan va auditoriyaga ommaviy informatsiya yetkazayotgan sohada faoliyat yuritayotgan ko'pdan-ko'p odamlarning pozitsiyasini inkor etib bo'lmaydi, albatta. Ular ish davomida ma'lum darajada noaniqlik yoki mas'uliyatsizlikka yo'l qo'yishlari mumkin, lekin internet olami – "o'rgimchak to'ri"da faoliyat yuritayotganlari va jamiyatga ko'pchilikka qizqarli bo'lgan tezkor ommaviy axborot yetkazayotganlarini ham tan olish lozim.

Talabalarga amaliy jihatdan keng auditoriya uchun tarmoqdagi asarlar professional jurnalistika talabalariga javob beradimi, yo'qmi – bu ikkinchi darajalidir. Auditoriya vakillarini undan ko'ra voqeaning aynan o'zi yoritilishi, u haqidagi bevosita faktlar, xabarning tezkorligi, senzura yo'qligi, asl yangilik ko'proq qiziqtiradi.

Auditoriya bunday yondashuvni ko'proq intuitsiya bilan sezsa, malakali jurnalistlar buning axborot haqqoniyligiga ijobiy ta'sirini professional jihatdan yaxshi tushunadi.

Ijtimoiy tarmoqlardagi jurnalistikani to'liqroq o'rganish uchun, eng avvalo, "ijtimoiy tarmoqlarda jurnalistika", "fuqarolik jurnalistikasi" va ularga yaqin bo'lgan "omma jurnalistikasi", "xalq matbuoti" tushunchalarining mazmuniga imkon darajasida aniqlik kiritish zarur bo'ladi.

Xulosa

Umuman olganda, ijtimoiy tarmoqlarda fuqarolik va professional jurnalistika birga "yashashi" mumkinmi? Aytish kerak, ular virtual makonda yonma-yon bemalol faoliyat ko'rsata oladi. Ular orasida sog'lom raqobat muhiti paydo bo'ladi va bu har ikkala ko'rinishdagi jurnalistikaning rivojlanishiga yordam beradi. Shuningdek, internetdan foydalanuvchilarning diqqatini o'ziga tortish uchun ular o'z faoliyatlarini muntazam yaxshilab borishga harakat qiladilar.

Savollar:

1. Jurnalistikaning o'z kasbiy vazifalari haqida nimalarni bilasiz?
2. Fuqarolik jurnalistikasining maqsad va vazifalari nimalardan iborat?
3. Professional jurnalistika bilan fuqarolik jurnalistikasini qiyoslagan holda, ularga baho bering.

GLOSSARIY

	Интерпретация на русском языке	Интерпретация на английском языке
Термин	Интерпретация на русском языке	Интерпретация на английском языке
Тренинг Training	Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении.	Is teaching, or developing in oneself or others, any skills and knowledge that relate to specific useful competencies. Training has specific goals of improving one's capability, capacity, productivity and performance. It forms the core of apprenticeships and provides the backbone of content at institutes of technology (also known as technical colleges or polytechnics).
Учебный план Study plan	Формализованную связь дисциплин по сложности и их содержание, предложенное и утвержденное высшими учебными заведениями как необходимую для успешного воспитания студентов	An organized schedule that students create that outlines study times and learning goals. Just like with work or school schedules, college students should develop a study schedule where they can block off days and times in their calendar dedicated to studying.
Тьютор Tutor	Педагог, который обеспечивает разработку индивидуальных образовательных программ	Instructor_ who gives private supplementary tutoring that is offered outside the mainstream education system.

	<p>учащихся и студентов и сопровождает процесс индивидуализации и индивидуального образования в школе, вузе, в системах дополнительного образования.</p>	<p>Normally, a tutor will help a student who is struggling in a subject of some sort. Also, a tutor may be provided for a student who wants to learn at home.</p>
<p>Эдвайзер advisor</p>	<p>Преподаватель, назначенный деканатом для решения вопросов студенческой жизнедеятельности: воспитания, организации досуга, труда, социально-бытового характера.</p>	<p>Normally a person with more and deeper knowledge in a specific area and usually also includes persons with cross functional and multidisciplinary expertise. An adviser's role is that of a mentor or guide and differs categorically from that of a task specific consultant. An adviser is typically part of the leadership, where as consultants fulfill functional roles.</p>
<p>Фасилитатор Facilitator</p>	<p>Человек, обеспечивающий успешную групповую коммуникацию. Слово «фасилитатор» — прямое заимствование английского facilitator — производного от английского глагола «to facilitate».</p>	<p>Someone who engages in the activity of facilitation. They help a group of people understand their common objectives and assists them to plan how to achieve these objectives; in doing so, the facilitator remains "neutral" meaning he/she does not take a particular position in the discussion.^[1] Some facilitator tools will try to assist the group in</p>

		achieving <u>a consensus</u> on any disagreements that preexist or emerge in the meeting so that it has a strong basis for future action.
Модератор Moderator	Пользователь на общественных сетевых ресурсах, имеющий более узкие права, чем администратор, но более широкие права, чем обычные пользователи. В отличие от администраторов чаще всего следит за соблюдением правил ресурса в конкретных темах или разделах сетевого ресурса	Someone who makes sure that the rules of an internet discussion are not broken, for example by removing any threatening or offensive messages
Супервизор Supervisor	Административная должность в образовательных институтах. Функции супервайзера в основном ограничиваются контролем за работой персонала	<u>Person</u> in the first-line <u>management</u> whom <u>monitors</u> and <u>regulates employees</u> in their <u>performance of assigned or delegated tasks</u> .

VII. ADABIYOTLAR RO'YXATI

I. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining asarlari

1. Mirziyoyev Sh.M. Buyuk kelajagimizni mard va olijanob xalqimiz bilan birga quramiz. – T.: “O'zbekiston”, 2017. – 488 b.
2. Mirziyoyev Sh.M. Milliy taraqqiyot yo'limizni qat'iyat bilan davom ettirib, yangi bosqichga ko'taramiz. 1-jild. – T.: “O'zbekiston”, 2017. – 592 b.
3. Mirziyoyev Sh.M. Xalqimizning roziligi bizning faoliyatimizga berilgan eng oliy bahodir. 2-jild. T.: “O'zbekiston”, 2018. – 507 b.
4. Mirziyoyev Sh.M. Niyati ulug' xalqning ishi ham ulug', hayoti yorug' va kelajagi farovon bo'ladi. 3-jild.– T.: “O'zbekiston”, 2019. – 400 b.
5. Mirziyoyev Sh.M. Milliy tiklanishdan – milliy yuksalish sari. 4-jild.– T.: “O'zbekiston”, 2020. – 400 b.

II. Normativ-huquqiy hujjatlar

1. O'zbekiston Respublikasining Konstitutsiyasi. – T.: O'zbekiston, 2023.
2. O'zbekiston Respublikasining 2020-yil 23-sentabrda qabul qilingan “Ta'lim to'g'risida”gi Qonuni.
3. O'zbekiston Respublikasining “Korrupsiyaga qarshi kurashish to'g'risida”gi Qonuni.
4. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2015-yil 12-iyundagi “Oliy ta'lim muassasalarining rahbar va pedagog kadrlarini qayta tayyorlash va malakasini oshirish tizimini yanada takomillashtirish to'g'risida”gi PF-4732-sonli Farmoni.
5. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 27-maydagi “O'zbekiston Respublikasida korrupsiyaga qarshi kurashish tizimini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida”gi PF-5729-son Farmoni.
6. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 27-avgustdagi “Oliy ta'lim muassasalari rahbar va pedagog kadrlarining uzluksiz malakasini oshirish tizimini joriy etish to'g'risida”gi PF-5789-sonli Farmoni.
7. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2019-yil 23-sentabrdagi “Oliy ta'lim muassasalari rahbar va pedagog kadrlarining malakasini oshirish tizimini yanada takomillashtirish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida”gi 797-sonli

Qarori.

8. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 8-oktabrdagi “O‘zbekiston Respublikasi oliy ta’lim tizimini 2030-yilgacha rivojlantirish konsepsiyasini tasdiqlash to‘g‘risida”gi PF-5847- sonli Farmoni.

9. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 29-oktabr “Ilm-fanni 2030 yilgacha rivojlantirish konsepsiyasini tasdiqlash to‘g‘risida”gi PF-6097-sonli Farmoni.

10. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2021-yil 17-fevraldagi “Sun’iy intellekt texnologiyalarini jadal joriy etish uchun shart-sharoitlar yaratish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PQ-4996-son Qarori.

11. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi “2022-2026 yillarga mo‘ljallangan Yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to‘g‘risida”gi PF-60-son Farmoni.

12. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 25-yanvardagi “Respublika ijro etuvchi hokimiyat organlari faoliyatini samarali yo‘lga qo‘yishga doir birinchi navbatdagi tashkiliy chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi PF-14-sonli Farmoni.

13. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 11-sentabrdagi ““O‘zbekiston - 2030” strategiyasi to‘g‘risida”gi PF-158-son Farmoni.

14. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2024-yil 21-iyundagi “Aholi va davlat xizmatchilarining korrupsiyaga qarshi kurashish sohasidagi bilimlarini uzluksiz oshirish tizimini joriy qilish chora-tadbirlari to‘g‘risida” PQ-228-son Qarori.

III. Maxsus adabiyotlar

1. Oliy ta’limning meyoriy - huquqiy xujjatlari to‘plami. -T., 2013.

2. B.I.Ismailov, I.I.Nasriyev Korrupsiyaga qarshi kurashish bo‘yicha idoraviy chora-tadbirlarning samaradorligini oshirish masalalari//O‘quv-uslubiy qo‘llanma. - T.:O‘zbekiston Respublikasi Bosh prokuraturasi Akademiyasi, O‘zbekiston Respublikasi Sudyalar oliy kengashi. Sudyalar oliy maktabi, 2020.-272 b.

3. Юсуфжанов О., Усманова С. Зарубежный опыт противодействия коррупции. // -Т.: Адвокат, 2016. №5 - 59-62б.

4. O‘rinov V. O‘zbekiston Respublikasi oliy ta’lim muassasalarida ECTS kredit-modul tizimi: asosiy tushunchalar va qoidalar. O‘quv qo‘llanma. Nyu Bransvik Universiteti, 2020.

5. The European Higher Education Area. - Joint Declaration of the Ministers of Education. - Bologna, 1999, 19 June.

6. Shaping our Own Future in the European Higher Education Area // Convention of European Higher Education Institutions. - Salamanca, 2001, 29-30 march.

7. Виртуальная реальность как новая исследовательская и образовательная среда. Церфуз Д.н. и др. // ЖУРНАЛ [Научно-аналитический журнал «Вестник Санкт-Петербургского университета Государственной противопожарной службы МЧС России»](#), 2015. – с.185-197.

8. Ibraymov A.YE. Masofaviy o‘qitishning didaktik tizimi. Metodik qo‘llanma. – T.: “Lesson press”, 2020. -112 б.

9. Игнатова Н. Ю. Образование в цифровую эпоху: монография. М-во образования и науки РФ. – Нижний Тагил: НТИ (филиал) УрФУ, 2017.–128 с. http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/54216/1/978-5-9544-0083-0_2017.pdf

10. ЖУРНАЛИСТИКА. Онлайн журналистика ва медиа янги трендлар. УП-жилд. –Т.: O‘zbekiston, 2019.

11. Кирьякова А.В, Ольховая Т.А., Михайлова Н.В., Запорожко В.В. Интернет-технологии на базе LMS Moodle в компетентностно-ориентированном образовании: учебно-методическое пособие / А.В. Кирьякова, Т.А. Ольховая, Н.В. Михайлова, В.В. Запорожко; Оренбургский гос. ун-т. – Оренбург: ОГУ, 2011. – 116 с. http://www.osu.ru/docs/fpkp/kiryakova_internet_technologies.pdf

12. Oliy ta’lim tizimini raqamli avlodga moslashtirish konsepsiyasi. Yevropa Ittifoqi Erasmus+ dasturining ko‘magida. https://hiedtec.ecs.uni-ruse.bg/pimages/34/3_UZBEKISTAN-CONCEPT-UZ.pdf

13. Moodle LMS tizimida masofaviy kurslar yaratish. O‘quv-uslubiy qo‘llanma. – T.: Toshkent farmatsevtika instituti, 2017.

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

15. M.Xurramov. Oliy ta'lim muassasalari faoliyatiga sun'iy intellekt texnologiyasini joriy etish [Matn]: metodik qo'llanma / M.Xurramov. K.Xalmuratova. – Т.: “Yetakchi nashriyoti”, 2024. – 28 b.

16. Тенденции и развития высшего образования в мире и в России. Аналитический доклад-дайджест. - М., 2021.- 198 с.

17. A.S. Zikriyoyev. Dunyo universitetlari reytingidagi tadqiqotchi olimlar orasida o'zingizni kashf qiling. -Т.: Navro'z,2020. ISBN.9789943659285

18. Sherzod Mustafakulov, Aziz Zikriyoyev, Dilnoza Allanazarova, Tokhir Khasanov, Sokhibmalik Khomidov. Explore Yourself Among World – Class Researchers. Grand OLEditor, Tashkent 2019, ISBN: 8175 25766-0.

19. Muslimov N.A va boshqalar. Innovatsion ta'lim texnologiyalari. O'quv-metodik qo'llanma. – Т.: “Sano-standart”, 2015. – 208 b.

20. Muslimov N.A va boshqalar. Pedagogik kompetentlik va kreativ asoslari. O'quv-metodik qo'llanma. – Т.: “Sano-standart”, 2015. – 120 б.

21. Печеркина, А.А.Развитие профессиональной компетентности педагога: теория и практика [Текст]:монография/А.А.Печеркина, Э.Э.Сыманюк, Е.Л.Умникова: Урал. гос. пед. ун-т.–Екатеринбург:[б.и.], 2011. – 233 с.

22. О.С. Фролова. Формирование инновационной компетенции педагога в процессе внутришкольного повышения квалификации. Дисс.к.п.н. Воронеж 2018.

23. Компетенции педагога XXI века [Электронный ресурс]: сб. материалов респ. конференции (Минск, 25 нояб. 2021 г.) / М-во образования Респ. Беларусь, ГУО “Акад. последиплом. Образования”, ОО “Белорус. пед. о-во”. – Минск: АПО, 2021.

24. Ishmuhamedov R.J., M.Mirsoliyeva. O'quv jarayonida innovatsion ta'lim texnologiyalari. – Т.: Fan va texnologiya, 2017, 60 b.

25. Ishmuhamedov R, Mirsoliyeva M, Akramov A. Rahbarning innovatsion faoliyati. – T.: Fan va texnologiyalar, 2019.- 68 b.
26. Коджаспирова Г.М. Педагогика в схемах, таблицах и опорных конспектах./ -М.:Айрис-пресс, 2016.
27. Сергеев И.С. Основы педагогической деятельности: Учебное пособие. – СПб.: Питер, 2014.
28. O‘zbekiston Respublikasining “Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari faoliyatining ochiqligi to‘g‘risida”gi qonuni. –T., 2014 lex.uz.
29. Do‘stmuhammad X. Axborot – mo‘jiza, joziba, falsafa. –T.: Yangi asr avlodi, 2013.
30. Засурский Я.Н. Искусство свободы. Российская журналистика: 1990-2004. – М.: Изд-во Моск. унив -та, 2004.
31. O‘sarov O. Ommaviy axborot vositalari va axborot xizmatlari: nazariya va amaliyot. –T., 2024.
32. O‘zbekiston jurnalistlarining kasb odob kodeksi. O‘zbekiston-zhurnalistlarining-kasb-etikasi-kodeksi.
33. Internet jurnalistika (Internetda radio va televideniye). Ilmiy maqolalar to‘plami. –T.: MRS, 2005.
34. Галиев А. Интернет и роль социальных сетей в политической жизни Казахстана. -Алматы, 2016.
35. Калмыков А.А., Коханова Л.А. Интернет-журналистика. Уч. пос. –М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005.
36. Машкова С. Интернет журналистика. – Тамбов. Изд-во ТГТУ, 2006.
37. Muratova N. OAV va Internet. Konvergensiya va zamonaviy jurnalistikaning yangi ko‘rinishlari // O‘zbekiston matbuoti. 2005. №4.
38. Муратова Н.Ф. Журналистика в Интернет: особенности on-line изданий Узбекистана и их функционирование в условиях глобального информационного рынка. Автореф.дисс. канд филол. наук. – Т.:НУУз, 2011.
39. Ommaviy axborot vositalari faoliyati sohasidagi meyoriy-huquqiy hujjatlar to‘plami. T., 2009.

40. Шестерина А.М. Основы Интернет-журналистики. Изд-во ТГТУ, 2002.
41. Qosimova N. Internet jurnalistikaning texnologik asoslari. –T.: O‘zbekiston mustaqil bosma ommaviy axborot vositalari va axborot agentliklarini qo‘llab-quvvatlash va rivojlantirish jamoat fondi, 2012.
42. O‘zbekiston Respublikasining “Axborot erkinligi prinsiplari va kafolatlari to‘g‘risida”gi qonuni. /Axborot va axborotlashtirishga oid normativ-huquqiy hujjatlar to‘plami. –T.: Adolat, 2008.
43. O‘zbekiston Respublikasining “Ommaviy axborot vositalari to‘g‘risida”gi (yangi tahriri) qonuni. /Axborot va axborotlashtirishga oid normativ-huquqiy hujjatlar to‘plami. –T.: Adolat, 2008.
44. O‘zbekiston Respublikasining “Axborotlashtirish to‘g‘risida”gi qonuni. /Axborot va axborotlashtirishga oid normativ-huquqiy hujjatlar to‘plami. –T.: Adolat, 2008.
45. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori. Oliy ta’lim tizimini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida. –Toshkent shahri, 2017-yil 20-aprel. //http://uza.uz
46. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining farmoni. Axborot sohasi va ommaviy kommunikatsiyalarni yanada rivojlantirishga oid qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida. –Toshkent shahri, 2019-yil 2-fevral. //http://uza.uz
47. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi faoliyatini tashkil etish to‘g‘risida. –Toshkent shahri, 2019-yil 2-fevral. //http://uza.uz
48. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori. Ommaviy axborot vositalari mustaqilligini ta’minlash hamda davlat organlari va tashkilotlari axborot xizmatlari faoliyatini rivojlantirish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida. –Toshkent shahri, 2019-yil 27-iyun. //http://uza.uz

IV. Elektron ta'lim resurslari

1. www.edu.uz.
2. www.aci.uz.
3. www.ictcouncil.gov.uz.
4. www.lib.bimm.uz
5. [www. Ziyonet. Uz](http://www.Ziyonet.Uz)
6. www.sciencedirect.com
7. www.acs.org
8. www.nature.com
9. <http://www.kornienko-ev.ru/BCYD/index.html>.