



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

JURNALISTIK IJOD JANRLARI TRANSFORMATSIYASI VA KOMMUNIKATIV METODLARI

**MODULI BO'YICHA
O'QUV- USLUBIY
MAJMUUA**

2024

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

**OLIY TA’LIM TIZIMI PEDAGOG VA RAHBAR KADRLARINI QAYTA
TAYYORLASH VA ULARNING MALAKASINI OSHIRISHNI TASHKIL
ETISH BOSH ILMIY - METODIK MARKAZI**

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

**“JURNALISTIK IJOD JANRLARI
TRANSFORMATSIYASI
VA KOMMUNIKATIV METODLARI”**

**moduli bo‘yicha
O‘QUV-U SLUBIY MAJMU A**

Toshkent – 2024

Modulning ishchi o‘quv dasturi O‘zbekiston Respublikasi Oliy ta’lim, fan va innovatsiyalar vazirligining 2023-yil 25-avgustdagi 391-sonli buyrug‘i bilan tasdiqlangan namunaviy o‘quv reja va dasturlar asosida ishlab chiqilgan.

Tuzuvchi: O‘zJOKU, t.f.d., prof. Q.T.Ernazarov

Taqrizchi: dots. Sh.Ibragimov, dots. T.Eshbekov,
dots. Yu.Hamdamov, dots. R.Abdusattorov

Xorijiy ekspert: professor Seul Von Tay (Janubiy Koreya).

***O‘quv uslibiy majmua Mirzo Ulug‘bek nomidagi O‘zbekiston Milliy universiteti
Kengashining 2023-yil 25- avgustdagi 1-sonli bayonnomasi bilan
ma’qullangan.***

MUNDARIJA

<u>I. ISHCHI DASTUR</u>	5
<u>II. MODULNI O‘QITISHDA FOYDALANILADIGAN INTREFAOL TA’LIM METODLARI.....</u>	9
<u>III. NAZARIY MASHG‘ULOT MATERIALLARI</u>	23
<u>IV. AMALIY MASHG‘ULOT MATERIALLARI</u>	62
<u>V. MUSTAQIL TA’LIM MAVZULARI</u>	83
<u>VI. GLOSSARIY</u>	84
<u>VII. ADABIYOTLAR RO‘YXATI</u>	86

I.ISHCHI DASTUR

KIRISH

Ushbu dastur O'zbekiston Respublikasining 2020-yil 23-sentabrda tasdiqlangan "Ta'lim to'g'risida"gi 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"gi PF-4732-son, 2019-yil 27-avgustdagi "Oliy ta'lim muassasalari rahbar va pedagog kadrlarining uzluksiz malakasini oshirish tizimini joriy etish to'g'risida"gi PF-5789-son, 2019-yil 8-oktabrdagi "O'zbekiston Respublikasi oliy ta'lim tizimini 2030 yilgacha rivojlantirish konsepsiyasini tasdiqlash to'g'risida"gi PF-5847-son, 2022-yil 28-yanvardagi "2022-2026 yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida"gi 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"gi PF-14-son Farmonlari, shuningdek, 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-son Qarorida 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, Internet jurnalistika asoslarini o'zlashtirish, jurnalistik ijod janrlari transformatsiyasi va kommunikativ metodlaridan foydalanish bo'yicha tegishli bilim, ko'nikma, malaka va kompetensiyalarni rivojlantirishga yo'naltirilgan.

Qayta tayyorlash va malaka oshirish kursining o'quv uslubiy majmuasi quyidagi modullar mazmunini o'z ichiga qamrab oladi:

Kursning maqsadi va vazifalari

Oliy ta'lim muassasalari 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:

“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;

- **“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:

- 2022-2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasining davlat va jamiyat hayotini takomillashtirishdagi o'rni va ahamiyatini;

- O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasining asosiy prinsiplarini;

- 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;

- 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;
- jahonda oliy ta'lim rivojlanish tendensiyalari: umumiy trendlar va strategik yo'nalishlarni;
- zamonaviy ta'limning global trendlarini;
- inson kapitalining iqtisodiy o'sishning 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, refleksiv, 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;

- jurnalistika va internet jurnalistika paradigmalarini;
- internet jurnalistika va veb-texnologiyalarni;
- internet jurnalistikasining shakllanishi va taraqqiyoti bosqichlarini;
- veb-loyiha konsepsiyasi, kontenti, trafigi va dizaynini;
- internet jurnalistika janrlari va formatlari tasnifini;
- internet jurnalistikada storitelling, taymlayn, agregator, longridlarni;
- O‘zbekistonda Internet jurnalistikasining rivojlanish bosqichlarini;
- axborot jamiyati xususiyatlari va internet jurnalist faoliyati maqsadlarini;
- internet jurnalistikada veb-loyihalarni;
- infografika turlarini;
- faktcheking texnologiyalari, Feyk xabarlar mohiyati va ko‘rinishlarini;
- faktcheking – feyk va dezinformatsiyalarni aniqlash jarayonini;
- jurnalistik ijod nazariyasidagi ilmiy o‘rganishlar ahamiyatini;
- janrlar vazifasi. Janrlarning gibridlik xususiyatlarini;
- ijodiy jarayonlarda janrlarning transformatsiyasini;
- janrlarni o‘qitish metodlari va metodologiyasini;
- tahliliy publitsistik janrlarda tahlil metodi
- axborot publitsistik janrlari kommunikatsiya metodologiyasi.
- matbuot anjumani janrining boshqa janrlarga o‘xshash tomonlarini;
- korrespondensiya janrida tahlil usullarini;
- maqola janrida ijod qiluvchi jurnalist mahoratini;
- sharh va tafsilotning teleradioda o‘rnini
 - axborotning shaxslanishi (Personifikatsiya)ni **bilishi** kerak.

Tinglovchi:

- 2022- 2026 yillarga mo‘ljallangan Yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasining asosiy yo‘nalish va maqsadlarini tahlil etish va baholash;
- 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;
- multimedia va infografika asosida interaktiv didaktik materiallar 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;
- 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)ni nazorat qilish;

- baholashning miqdor va sifat tahlilini amalga oshirish;
- ijtimoiy tarmoqlar fenomeni, uning auditoriyaning ijtimoiy faolligiga ta'sirini o'rganish;

- auditoriyaning ijtimoiy tarmoqlardagi hamishtirokchilik faoliyatini tahlil qilish;
- ma'lumotlar jurnalistikasi va ochiq ma'lumotlar bilan ishlash;
- ma'lumotlar jurnalistikasining ko'rinishlarini tahlil etish;
- axborot publitsistik janrlarning o'ziga xos xususiyatlarini tushintish;
- verbal xabar, intervyu turlari va blis-intervyu janrlarida ko'rsatuv tayyorlashni o'rgatish.

- reportaj janrida televizion ko'rsatuv va radioeshittirishlar tayyorlashda jurnalist mahoratini baholash;

- axborot publitsistik janrlarni o'qitish metodini shakllantirish **ko'nikmalariga** ega bo'lishi lozim.

Tinglovchi:

- "Yangi O'zbekiston – ma'rifatli jamiyat" konsepsiyasining mazmun-mohiyatini yoritib berish;

- 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;

- 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;
- 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 hususiyatlarini 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;

- baholash turlari, tamoyillari va mezonlarini;
- vizuallashtirishda multimediyaviy platformalar ahamiyatini ochib berish;
- faktchekingni amalga oshirishda internet texnologiyalarini qo‘llash;
- zamonaviy mediatexnologiyalar va ularning imkoniyatlaridan foydalanish;

- veb-loyiha unsurlarini qo‘llash;
- internet jurnalistikada vizuallashtirish;
- tahliliy publitsistik janrlarda tahlil metodini qo‘llash;
- tahliliy publitsistik janrlar tizimini ochib berish va tushintirish;
- bahs va suhbat janrida tayyorlangan eshittirish va ko‘rsatuvlarning auditoriyaga ta’sirini belgilash;
- ocherk yozish texnikasi, esse yozish bo‘yicha tadqiqot olib borish;
- tahliliy va badiiy publitsistik janrlar o‘rnini yoritib berish **malakalariga** ega bo‘lishi zarur.

Tinglovchi:

- Yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi va jamiyatning ma’naviy asoslarini mazmun-mohiyatini yoritib berish:
 - 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;
 - 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;
 - universitetlarning xalqaro va milliy reytingini baholash;
 - OTMlarda talim, ilmiy va innovatsion faoliyatni rivojlantirish, ilmiy tadqiqot natijalarni tijoratlash tirish yo‘llarini tahlil etish va amaliyotga tatbiq 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 tatbiq 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;

- baholash turlari, tamoyillari va mezonlarini;

- ma'lumotlar jurnalistikasi yo'nalishidagi veb-loyihalarni yaratish jarayonini tahlil etish va baholash;

- O'zbekistonda data jurnalistika taraqqiyoti uchun ochiq manbalardagi ma'lumotlar bilan ishlash;

- O'zbekiston internet nashrlarida multimediyaviy janrlarni qo'llash;

- matbuot anjumani janrining boshqa janrlarga o'xshash tomonlarini tahlil etish;

- korrespondensiya janrida tahlil usullarini qo'llash;

- sharh va tafsilotning teleradiodagi o'rnini amaliy ahamiyatini ochib berish;

- badiiy publitsistik janrlarni o'rganish, obrazli talqin qilish metodini qo'llash;

- televizion lavha bilan radiolavha o'rtasidagi o'ziga xos xususiyatlarni tahlil etish bo'yicha **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 prezentatsion 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

“Jurnalistik ijod janrlari transformatsiyasi va kommunikativ metodlari” moduli mazmuni o'quv rejadagi “Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi va jamiyatning ma'naviy asoslari”, “Oliy ta'limning normativ-huquqiy asoslari”, “Pedagogik faoliyatda raqamli kompetensiyalar” “Ilmiy va innovatsion faoliyatni rivojlantirish”, “Pedagogning kasbiy kompetensiyalarini rivojlantirish” “Ta'lim sifatini ta'minlashda baholash metodikalari”, “Internet 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'rnini

Modulni o'zlashtirish orqali tinglovchilar ta'lim jarayonida genom tadqiq etishga,

katta ma'lumotlar va nukleotid va oqsil ketma-ketliklar ma'lumotlar bazasi tizimlaridan foydalanish va amalda qo'llashga doir kasbiy kompetentlikka ega bo'ladilar.

Jurnalistik ijod janrlari transformatsiyasi va kommunikativ metodlari moduli bo'yicha soatlar taqsimoti

№	Modul mavzulari	Auditoriya uquv yuklamasi		
		Jami	jumladan	
			Nazariy	Amaliy mashg'ulot
1.	Jurnalistik ijod nazariyasidagi ilmiy o'rganishlar ahamiyati.	4	2	2
2.	Tahliliy publitsistik janrlarda tahlil metodi	4	2	2
3.	Badiiy publitsistik janrlarni o'rganish, obrazli talqin qilish metodi	6	2	4
4.	Publitsistik janrlarning kommunikativ usuli.	4	2	2
	Jami:	18	8	10

NAZARIY VA AMALIY MASHG'ULOTLAR MAZMUNI

1-mavzu: Jurnalistik ijod nazariyasidagi ilmiy o'rganishlar ahamiyati.

Jurnalistik ijod nazariyasidagi ilmiy o'rganishlar ahamiyati. Janrlar vazifasi. Janrlarning gibridlik xususiyatlari. Ijodiy jarayonlarda janrlarning transformatsiyasi. Janrlarni o'qitish metodlari va metodologiyasi.

Axborot publitsistik janrlari kommunikatsiya metodologiyasi. Axborot publitsistik janrlarning o'ziga xos xususiyatlari. Verbal xabar, intervyu turlari va blis-intervyu janrlarida ko'rsatuv tayyorlash. Reportaj janrida televizion ko'rsatuv va radioeshittirishlar tayyorlashda jurnalist mahorati. Axborot publitsistik janrlarni o'qitish metodini shakllantish.

2-mavzu Tahliliy publitsistik janrlarda tahlil metodi

Tahliliy publitsistik janrlarda tahlil metodi. Tahliliy publitsistik janrlar tizimini ochib berish va tushintirish. Bahs va suhbat janrida tayyorlangan eshittirish va ko'rsatuvlarning auditoriyaga ta'sirini belgilash. Matbuot anjumani janrining boshqa janrlarga o'xshash tomonlari. Korrespondensiya janrida tahlil usullari. Maqola janrida ijod qiluvchi jurnalist mahorati. Sharh va tafsilotning teleradioda o'rni.

3-mavzu: Badiiy publitsistik janrlarni o'rganish, obrazli talqin qilish metodi.

Badiiy publitsistik janrlarni o'rganish, obrazli talqin qilish metodi. Badiiy publitsistik janrlar evalyusiyasi tushintirish usuli. Ocherk o'ziga xos xususiyatini tushintirish. Ocherk janrining turlari. Ocherk yozish texnikasi, esse yozish bo'yicha tadqiqot olib borish. Televizion lavha bilan radiolavha o'rtasidagi o'ziga xos xususiyatlar. Esse jurnalistikaning chuqur shaxsiylashtirilgan janri sifatida. Satira janrlarida ko'rsatuv va eshittirishlar ahamiyati.

4-mavzu: Publitsistik janrlarning kommunikativ usuli.

Publitsistik janrlarning kommunikativ usuli. Teleaxborotning asosiy yo'nalishlari va janrlari. Hujjatli televidenie: anana va tashabbuskorlik. Tahliliy va badiiy publitsistik janrlar o'zni. Televizion publitsistika taraqqiyoti. Axborotning shaxslanishi (Personifikatsiya). Ko'rsatuvlar tayyorlashda televizion syujetga alohida ahamiyat berish lozim. Chunki u ko'rsatuvning asosi hisoblanadi. Syujet - badiiy asar mazmunini tashkil etadigan bir-biri bilan o'zaro bog'liqlikda kechadigan qahramonlar o'rtasidagi aloqalardan tarkib topgan voqealar tizimi sifatida.

O'QITISH SHAKLLARI

Mazkur modul bo'yicha quyidagi o'qitish shakllaridan foydalaniladi:

- ma'ruzalar, amaliy mashg'ulotlar (ma'lumotlar va texnologiyalarni anglab olish, aqliy qiziqishni rivojlantirish, nazariy bilimlarni mustahkamlash);
- davra suhbatlari (ko'rilayotgan loyiha yechimlari bo'yicha taklif berish qobiliyatini oshirish, eshitish, idrok qilish va mantiqiy xulosalar chiqarish);
- bahs va munozaralar (loyihalar yechimi bo'yicha dalillar va asosli argumentlarni taqdim qilish, eshitish va muammolar yechimini topish qobiliyatini rivojlantirish).

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

I. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining asarlari

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. Ўзбекистон 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 2022-yil 28-yanvardagi “2022-2026 yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida”gi PF-60-son Farmoni.

10. 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.

III. Maxsus adabiyotlar

1. Oliy ta’limning meyoriy - huquqiy xujjatlari to‘plami. -T., 2013.
2. 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.
3. The European Higher Education Area. - Joint Declaration of the Ministers of Education. - Bologna, 1999, 19 June.
4. Shaping our Own Future in the European Higher Education Area // Convention of European Higher Education Institutions. - Salamanca, 2001, 29-30 march.
5. Виртуальная реальность как новая исследовательская и образовательная среда. Серфуз Д.н. и др. // ЖУРНАЛ Научно-аналитический журнал «Вестник Санкт-Петербургского университета Государственной противопожарной службы МЧС России», 2015. – с.185-197.
6. Ibraymov A.YE. Masofaviy o‘qitishning didaktik tizimi. Metodik qo‘llanma. – T.: “Lesson press”, 2020. -112 b.
7. Игнатова Н. Й. 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
8. Кирякова А.В, Олховая Т.А., Михайлова Н.В., Запорожко В.В. Интернет-технологии на базе LMS Moodle в компетентностно-ориентированном образовании: учебно-методическое пособие / А.В. Кирякова, Т.А. Олховая, 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
9. Кононюк А.Е. Облачные вычисления. – Киев, 2018. – 621 с.
10. Oliy ta’lim tizimini raqamli avlodga moslashtirish konsepsiyasi. Yevropa Ittifoqi Erasmus+ dasturining ko‘magida. https://hiedtec.ecs.uniruse.bg/pimages/34/3._UZBEKISTAN-CONCEPT-UZ.pdf
11. Emelyanova O. A. Ta’limda bulutli texnologiyalardan foydalanish // Yosh olim. - 2014. - № 3. - S. 907-909.
12. Moodle LMS tizimida masofaviy kurslar yaratish. O‘quv-uslubiy qo‘llanma. – T.: Toshkent farmatsevtika instituti, 2017.
13. Тенденции и развития высшего образования в мире и в России. Аналитический доклад-дайджест. - М., 2021.- 198 с.
14. A.S. Zikriyoyev. Dunyo universitetlari reytingidagi tadqiqotchi olimlar orasida o‘zingizni kashf qiling. -T.: Navro‘z,2020. ISBN.9789943659285
15. Sherzod Mustafakulov, Aziz Zikriyoev, Dilnoza Allanazarova, Tokhir

Khasanov, Sokhibmalik Khomidov. Explore Yourself Among World – Class Researchers. Grand OLEditor, Tashkent 2019, ISBN: 8175 25766-0.

16. Ackoff, Russell L., Scientific Method, New York: John Wiley & Sons, 1962.

17. Barzun, Jacques & Graff. F. (1990). The Modern Researcher, Harcourt, Brace Publication: New York.

18. Muslimov N.A va boshqalar. Innovatsion ta'lim texnologiyalari. O'quv-metodik qo'llanma. – T.: “Sano-standart”, 2015. – 208 b.

19. Muslimov N.A va boshqalar. Pedagogik kompetentlik va kreativ asoslari. O'quv-metodik qo'llanma. – T.: “Sano-standart”, 2015. – 120 b.

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

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

22. Компетенции педагога ХХІ века [Электронный ресурс]: сб. материалов респ. конференции (Минск, 25 нояб. 2021 г.) / М-во образования Респ. Беларусь, ГУО «Акад. poslediplom. obrazovaniya», ОО «Belorus. ped. o-vo». – Minsk: АРО, 2021.

23. Ishmuhamedov R.J., M.Mirsoliyeva. O'quv jarayonida innovatsion ta'lim texnologiyalari. – T.: «Fan va texnologiya», 2017, 60 b.

24. Ishmuhamedov R, Mirsoliyeva M, Akramov A. Rahbarning innovatsion faoliyati. – T.: “Fan va texnologiyalar”, 2019.- 68 b.

25. Коджаспирова Г.М. Педагогика в схемах, таблицах и опорных конспектах./ -М.:Айрис-пресс, 2016.

26. Натанзон Э. Ш. Приемы педагогического воздействия. - М, 2012. - 202 с.

27. Сергеев И.С. Основы педагогической деятельности: Учебное пособие. – СПб.: Питер, 2014.

28. The Handbook of Global Online Journalism. Edited by Eugenia Siapera and Andreas Veglis. John Wiley & Sons, Inc, 2012.

29. William Rice. Moodle E-Learning Course Development - Third Edition. Packt Publishing - ebooks Account; 3 edition 2015. - 350 pp.

30. Асекретов О.К., Борисов Б.А., Бугакова Н.Й. и др. Современные образовательные технологии: педагогика и психология: монография. – Новосибирск: Издательство СРНС, 2015. – 318 с. [хттп://ссиэнсэ.ввсу.ру/филес/5040БС65-273Б-44ББ-98С4-СБ5092БЕ4460.пдф](http://ссиэнсэ.ввсу.ру/филес/5040БС65-273Б-44ББ-98С4-СБ5092БЕ4460.пдф)

31. Белогуров А.Й. Модернизация процесса подготовки педагога в контексте инновационного развития общества: Монография. — М.: МАКС Пресс, 2016. — 116 с. ИСБН 978-5-317-05412-0.

32. Вартановой Е. Л. — Основы медиабизнеса: Учеб. пособие для студентов

вузов / Под ред. 075 М.: Аспект Пресс, 2009. – 360 с.

33. Вирковский А. В. Редакционный менеджмент в печатных и онлайн-массмедиа: процессный подход, “Медиа Мир”, М.: 2016.

34. Гафурова П.А., Матвиенко В.В. Телевидение Узбекистана: история, проблемы, перспективы // Культура и цивилизация. 2019. Том 9. № 5А. - С. 215-223.

35. Qudratxo‘jayev Sh. Internet: tarixi, tuzilishi, texnik xavfsizlik. –Т.: O‘zbekiston. 2011.

36. Qudratxo‘jayev Sh.T. Internetda va axborot. O‘quv-uslubiy qo‘llanma. Toshkent 2012 yil.

37. Литвиненко И.В. Радио в мультимедийной среде: специфика функционирования. Диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук. М., 2015.

38. Matyakubov A., Dadaxonov A. Jurnalistikada AKT. (o‘quv qo‘llanma). T.: Qaqnus media, 2019. – 180 b.

39. Муратов С. А. Телевизионная журналистика. Телевидение в поисках телевидения : учебное пособие для вузов / С. А. Муратов. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 240 с.

40. Муратова Н.Ф. Интернет журналистика Узбекистана: функционирование Интернет СМИ в условиях глобального информационного рынка”. Монография. Германия, Лаб Академис Публишинг. 2013.

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

42. 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

43. Toshpo‘latova N. Saidov F. Jurnalistikaning huquqiy asoslari. Darslik. – Toshkent., 2019.

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
6. www.sciencedirect.com
7. www.acs.org

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

“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	
1. Nimalarni bilaman: -	2. Nimalarni bilishni xohlayman, nimalarni bilishim kerak: -
3. Qanday qilib bilib va topib olaman: -	4. Nimalarni bilib oldim: -

“W1H” 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)	

“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.

“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 bayon 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:					

“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.

“Keys metodi” ni amalga oshirish bosqichlari

Ish bosqichlari	Faoliyat shakli va mazmuni
1-bosqich: Keys va uning axborot taʼminoti bilan tanishtirish	✓ yakka tartibdagi audio-vizual ish; ✓ keys bilan tanishish (matnli, audio yoki media shaklda); ✓ axborotni umumlashtirish; ✓ axborot tahlili; ✓ muammolarni aniqlash
2-bosqich: Keysni aniqlashtirish va oʻquv topshirigʻni belgilash	✓ individual va guruhda ishlash; ✓ muammolarni dolzarblik ierarxiasini aniqlash; ✓ asosiy muammoli vaziyatni belgilash
3-bosqich: Keysdagi asosiy muammoni tahlil etish orqali oʻquv topshirigʻining yechimini izlash, hal etish yoʻllarini ishlab chiqish	✓ individual va guruhda ishlash; ✓ muqobil yechim yoʻllarini ishlab chiqish; ✓ har bir yechimning imkoniyatlari va toʻsiqlarni tahlil qilish; ✓ muqobil yechimlarni tanlash
4-bosqich: Keys yechimini shakllantirish va asoslash, taqdimot.	✓ yakka va guruhda ishlash; ✓ muqobil variantlarni amalda qoʻllash imkoniyatlarini asoslash; ✓ ijodiy-loyiha taqdimotini tayyorlash; ✓ yakuniy xulosa va vaziyat yechimining amaliy aspektlarini yoritish

“Assesment” metodi

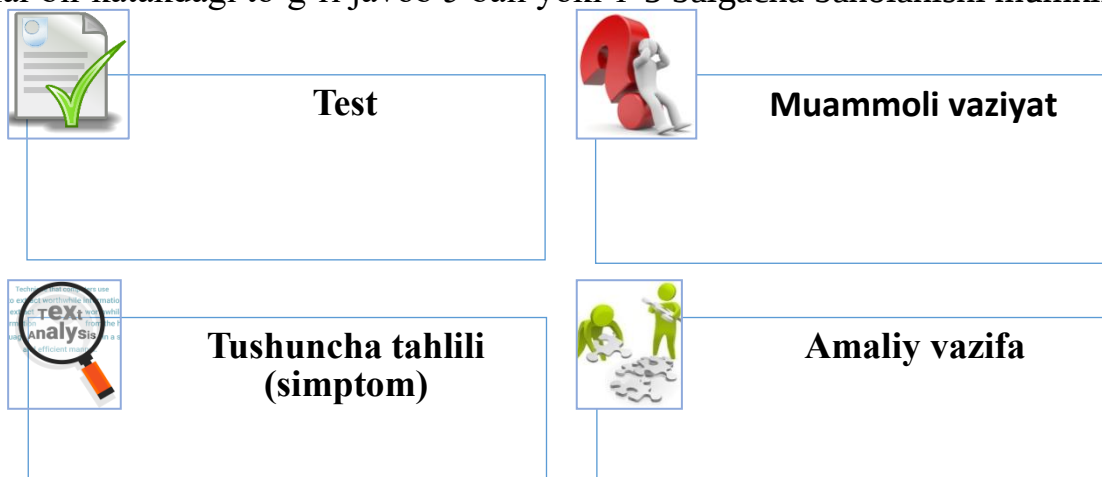
Metodning maqsadi: mazkur metod taʼlim oluvchilarning bilim darajasini baholash, nazorat qilish, oʻzlashtirish koʻrsatkichi va amaliy koʻnikmalarini tekshirishga

yoʻnaltirilgan. Mazkur texnika orqali taʼlim oluvchilarning bilish faoliyati turli yoʻnalishlar (test, amaliy koʻnikmalar, muammoli vaziyatlar mashqi, qiyosiy tahlil, simptomlarni aniqlash) boʻyicha tashhis qilinadi va baholanadi.

Metodni amalga oshirish tartibi:

“Assesment”lardan maʼruza mashgʻulotlarida talabalarning yoki qatnashchilarning mavjud bilim darajasini oʻrganishda, yangi maʼlumotlarni bayon qilishda, seminar, amaliy mashgʻulotlarda esa mavzu yoki maʼlumotlarni oʻzlashtirish darajasini baholash, shuningdek, oʻz-oʻzini baholash maqsadida individual shaklda foydalanish tavsiya etiladi. Shuningdek, oʻqituvchining ijodiy yondashuvi hamda oʻquv maqsadlaridan kelib chiqib, assesmentga qoʻshimcha topshiriqlarni kiritish mumkin.

Har bir katakdagi toʻgʻri javob 5 ball yoki 1-5 balgacha baholanishi mumkin.



2.3-rasm.

“Insert” metodi

Metodni amalga oshirish tartibi:

- oʻqituvchi mashgʻulotga qadar mavzuning asosiy tushunchalari mazmuni yoritilgan matnni tarqatma yoki taqdimot koʻrinishida tayyorlaydi;
- yangi mavzu mohiyatini yorituvchi matn taʼlim oluvchilarga tarqatiladi yoki taqdimot koʻrinishida namoyish etiladi;
- taʼlim oluvchilar individual tarzda matn bilan tanishib chiqib, oʻz shaxsiy qarashlarini maxsus belgilar orqali ifodalaydilar. Matn bilan ishlashda talabalar yoki qatnashchilarga quyidagi maxsus belgilardan foydalanish tavsiya etiladi:

Belgilar	Matn
“V” – tanish maʼlumot.	
“?” – mazkur maʼlumotni tushunmadim, izoh kerak.	
“+” bu maʼlumot men uchun yangilik.	
“– ” bu fikr yoki mazkur maʼlumotga qarshiman?	

Belgilangan vaqt yakunlangach, taʼlim oluvchilar uchun notanish va tushunarsiz boʻlgan maʼlumotlar oʻqituvchi tomonidan tahlil qilinib, izohlanadi, ularning mohiyati toʻliq yoritiladi. Savollarga javob beriladi va mashgʻulot yakunlanadi.

III. NAZARIY MATERIALLAR

1. JURNALISTIK IJOD NAZARIYASIDAGI ILMIY O'RGANISHLAR AHAMIYATI

Jurnalistik ijod nazariyasini o'rganishning o'rni va ahamiyati.

O'zini mustaqil deb bilgan har qanday davlat ma'lum axborot siyosatiga egadir. Demokratik jamiyatning ajralmas bo'lagi hisoblangan ommaviy axborot vositasi tahririyatining ham o'z axborot siyosati bo'lishi mumkin.

Keling, gapni OAV axborot siyosatiga berilgan ta'riflar bilan boshlasak. Rossiyalik taniqli olim YE.P.Proxorov "Axborot siyosati - muayyan ommaviy axborot vositasining ijtimoiy pozitsiyasiga qarab, muammoli-mavzuli yo'nalishini belgilovchi g'oyaviy-ijodiy konsepsiyadir va u dasturni hayotga tatbiq etish shaklining majmuida amalga oshadi. Bu yo'nalishning asosiy jihatlari uni ro'yxatdan o'tkazish jarayonida OAV konsepsiyasi ishlab chiqilayotganda muassis tomo nidan belgilanadi"¹, deya izoh, beradi.

Boshqa bir olim esa "Nashrning axborot siyosati biror bir voqea-hodisani yoritishdagi g'oyaviy yo'l-yo'riqlar va ijodiy yondashuvlar majmuida ifodalanadi", deya tushuntirish beradi.

Demak, har bir nashrning o'z axborot siyosati mavjud, u bizning yurtimiz va boisha mamlakatlarda ro'yxatdan o'tish jarayonida belgilanadi.

Demokratik qarashlarga yo'naltirilgan nashrlar axborot siyosati asosida sovuqqon va xolis yangiliklar tarqatish prinsipi yotadi. Ular uchun ma'lum voqea-hodisa, kunning muhim mavzusi yuzasidan turli nuqtai nazarlar berish muhim hisoblanadi. Partiya nashrlarining bosh vazifasi muayyan siyosiy harakatning asosiy g'oyasini tartib qilish, uning faoliyati bo'yicha axborot tarqatish hisoblanadi. Soha nashrlari esa o'z auditoriyasi ehtiyojidan kelib chiqqan holda axborot berish bilan shug'ullanadi.

Demak, OAV axborot siyosatini biror voqea-hodisani qanday yoritish kerakligi xususidagi tushuncha belgilaydi, lekin birinchi o'ringa nimani qo'yish yuqorida aytilgan g'oyaviy-ijodiy konsepsiya asosida yechim topadi.

Tadqiqotchi M.Kimning fikricha, nashrning g'oyaviy- ijodiy konsepsiyasi turli xil tipologik belgilaridan kelib chiqadi va mohiyatan muammoli-mavzuli yo'nalishda ishlashni namoyon etadi.

Birinchisi, tarqalish hududi bo'yicha (mamlakat, hududiy, shahar va tuman miqyosida). Mamlakat miqyosidagi nashrlarda asosiy e'tibor umummilliy manfaatlarga taalluqli, butun aholini qiziqtirgan voqea-hodisalarga qaratiladi. Bu nafaqat ichki, balki xalqaro yangiliklar ham bo'lishi mumkin. Hududiy nashrlarda asosiy diqqat viloyat miqyosidagi voqealarga beriladi. Tuman va shaharlar nashrlari o'z-o'zidan shu kichik

hudud aholisini qiziqtirgan yangiliklarga keng o'rin ajratadi. Ko'rinib turibdiki, mazkur tipologik xususiyat yangiliklarni saralashda kuchli ta'sir ko'rsatadi.

Ikkinchisi, nashr davriyligiga ko'ra (onlayn, kundalik va haftalik). Kundalik nashrlarda odatda yangiliklar uzatishning qattiq shakli qo'llaniladi. Haftalik nashrlarda esa ko'proq yumshoq axborot berish shaklidan foydalaniladi. Chunki bunda urg'u tezkorlikka emas, balki voqea-hodisalarning ko'pchilikni qiziqtiradigan jihatlarini batafsil ta'riflashga beriladi.

Uchinchisi, haqiqatni aks ettirish tavsifiga ko'ra (universal va ixtisoslashgan). Universal nashrlarga o'quvchilarga juda keng miqyosdagi va turli mavzulardagi axborotlarni beradigan ijtimoiy-siyosiy mavqedagi ommaviy axborot vositalari kiradi. Bunga iqtisodiy, ijtimoiy, madaniy, sportga va boshqa sohalarga oid axborotlar ham kirishi mumkin. Ixtisoslashgan, xususan, bolalar, yoshlar, ayollar, erkaklar, kasbiy, diniy, musiqiy yo'nalishlarga mo'ljallangan nashrlar alohida qiziqishga sabab bo'lmoqda.

Ular ma'lum bir guruh o'quvchilariga yo'naltirilganligi uchun yangiliklar o'ziga xos xususiyatlarga ega. Qaysi sohaga ixtisoslashganidan qat'i nazar har qanday tahririyat mushtariylarining axborot ehtiyojlarini muntazam o'rganishi va ularni qondirish maqsadida asosan mavzuiy ishlarini tashkil etishi darkor.

To'rtinchisi, haqiqatni aks ettirishi tavsifi va ijtimoiy mo'ljallanishiga ko'ra sifatli (ziyolilar), aralash (sifatli ommabop) va ommabop (sariq matbuot)). Sifatli nashrlar, tadqiqotchilarning fikricha, jiddiy va intellektual salohiyati yuqori bo'lgan auditoriyaga mo'ljallangan. Bu axborotlarni saralashdagina emas, balki ularni tarqatish shaklida ham namoyon bo'ladi. Sifatlilik mezoniga mavzuning ahamiyati, tugallanganligi, tushunariligi kiradi. Axborotning sifatlilikiga boshqa nuqtai nazarlar, jumladan, dolzarbligi, haqiqiyliги, to'g'riligi ajratib ko'rsatiladi.

Boshqa yondashuvlar aralash (sifatli ommabop) nashrlarda qo'llanilishi mumkin. Jiddiy axborotlar qatorida sport, moda, latifa va hangomalar, mashhurlar haqida hikoyalar singari ko'ngilochar materiallar beriladi. Bu kabi nashrlar shov-shuvli xabar va maqolalarga ham keng o'rin ajratadi.

Ommabop (sariq matbuot) nashrlar matbuot bozorida o'z o'rniga ega. Bu nashrlarning o'ziga xosligi axborotlarning saralanishi va yozilishida namoyon bo'ladi. Bunda odatda mojaroli (jinoiy, shahvoniy, zo'ravonlik, o'yin-kulgi) materiallar beriladi. Bunda o'quvchilar auditoriyasini ma'lumoti unchalik yuqori bo'lmagan insonlar egallaydi.

Ko'rinib turibdiki, nashr axborot siyosati va g'oyaviy- ijodiy konsepsiyasi uning tipologik tavsifidan kelib chiqib hayotga tatbiq etiladi. Shu bilan birga, har bir tipdagi nashrda muammo, mavzular ko'lami, axborot berish shakli, jurnalistlarning axborot manbai bilan ishlashning o'ziga xosligi ham namoyon bo'ladi.

Ingliz olimi Dis Fridmenning fikri ham o'ziga xos xulosaga ega. "Media siyosat ma'lum tipdagi mediatuzilmaga qarashga va alternativ turdagi tuzilma xatti-harakatiga barham berishga sistematik urinishdir va bu xatti-harakat chuqur siyosiy hodisadir. Bu

xulosa har tomonlama tasdiqlanmagan bo'lsa-da, ko'pchilik ishtirokchilar va sharhlovchilar uchun media siyosat — ijtimoiy siyosatning boshqa jihatlariga kabi adolatli jarayon hisoblanadi”¹.

Shunday qilib nashrning axborot siyosati biror-bir g'oyaviy dasturga, siyosiy qarash va mavzuiy yo'nalishga asoslanadi. Bunda nashrning tipologik tavsifi nafaqat axborot siyosatini, balki uning g'oyaviy-ijodiy konsepsiyasini ishlab chiqishda muhim rol o'ynaydi. Nashr tipi jurnalist ijodining axborot mahsulotiningina emas, shu bilan birga OAVning tashkiliy tuzilmasini ham belgilab beradi.

O'zbekiston mustaqilligining dastlabki chorak asrlik davrida OAV axborot siyosati turli o'zgarishlarni boshidan kechirdi. Buning sabablari haqida dastlabki bobda qisman to'xtalgan edik.

Albatta, jurnalistning tahririyatdagi faoliyati jarayonida unga kasbiy hamda funksional talablar qo'yiladi. Funksional nuqtai nazardan jurnalist, jumladan, xabarchi, muxbir, sharhlovchi kabi rol va vazifalarni bajarishi mumkin. Bunda tahririyat faoliyatining meyor va qoidalari asosida funksional guruh tomonidan jurnalistik mahsulotni ishlab chiqishga yo'naltirilgan sistema ishlab chiqiladi va uning ijrosi ta'minlanadi. Jurnalistning tahririyat ichki strukturasi, ya'ni bo'limlardagi harakati o'zaro aloqador bo'lib, ular nashrning umumiy funksiyasini bajarishga yo'naltiriladi.

Jurnalistik ijod nazariyasi: tarix va hozirgi zamon.

Jurnalist ijodida mazmun va shakl kategoriyalari muhim ahamiyat kasb etadi. Ijodda mazmun va shakl bir bo'lishi hamda bir maqsadga yo'naltirilishi uning ta'sirchan hamda samaradorligini ta'minlaydi.

Dastlab jurnalistika ijodida mazmunning o'rniga haqida to'xtalib o'tamiz.

Shakl mazmun kabi o'z xususiyatlariga ega. Shakl jurnalistik asarning tashqi ko'rinishi bo'lsa, mazmun unga sifat, mantiq bag'ishlaydi, deyish mumkin. Shuning uchun ham jurnalist ijodida mazmun va shakl birga talqin qilinadi. Bu ikkala unisurni bir-biridan ajratib bo'lmaydi. Masalan, hayotda ro'y bergan biror voqeani ta'riflamochi bo'lsak, uni oldiniga mazmun sifatida ko'ramiz, his qilamiz, keyin esa, uning shakli ham namoyon bo'ladi. Jurnalistika asarida shakl bo'lib, mazmun bo'lmasa, unda to'laqonli asar bo'la olmaydi. Shakl mazmunga bog'liq holda o'z ifodasiga ega bo'ladi. Shuning uchun jurnalistikada shaklni mazmunsiz, mazmunni shaklsiz tasavvur qilib bo'lmaydi.

“Mazmun — asarni tashkil etuvchi va uning ichki xususiyati, mohiyatini tavsiflovchi unsurlarning tartibga solingan majmui”¹⁰⁹.

Jurnalistning bilimi, qobiliyati, uning obro'-e'tiborga sazovor bo'lishi, u yaratayotgan asar mazmuniga bog'liq. Jurnalist asarining mazmuni uning ijtimoiy hayotdagi fakt va dalillari bo'lib, sodir bo'lgan voqealarni tanlab olib, tasvirlab berishi natijasidir. Jurnalist yaratgan asarning mazmuni uning dunyoqarashi, ish tajribasi, fikr doirasining kengligiga bog'liq. Odatda tajribali jurnalist o'z ijodida mazmun va shakl birligi, mutanosibligini ta'minlashga harakat qiladi.

Endi jurnalistika ijodida mazmun va shakl kategoriyalarining bir qismi bo'lgan jurnalistika asari mazmuni haqida to'xtalib o'tamiz. Jurnalistika asari mazmuniga mavzu, muammo, g'oya, fakt, jurnalist dunyoqarashi, munosabati va talqini kiradi.

Jurnalistika asari mazmuni haqida fikr bildirishdan oldin, bir jarayon bilan chambarchas bog'liq bo'lgan jurnalistika asari xususida to'xtalib o'tish maqsadga muvofiq bo'ladi. Chunki yuzaga keladigan ma'lum bir asar yozuvchi yoki jurnalistning ijodi mahsuli hisoblanadi.

Jurnalist ijodi, umuman, ijod inson faoliyatining eng qiziqarli va murakkab sohasidir. Tadqiqotchilarning fikriga ko'ra ijod insonga berilgan kamyob, noyob iste'dod, xususiyatdir. Ijod insonning mavjud olamda obyektiv va subyektiv jihatdan yangi bo'lgan narsani yaratish qobiliyatida namoyon bo'ladi va u tabiatan turlicha-moddiy va ma'naviy ko'rinishida aks etadi.

“Obyektiv yangi — bu oldin umuman bo'lmagan narsa; subyektiv yangi — o'xshashi mavjud, ammo subyektning o'zi uchun yangi (aytish mumkin-ki, “velosipedni qaytadan ixtiro etish” ham shu ma'noda ijod sanaladi)”¹¹⁰.

Ijod serqirra jarayon bo'lib, uni ilmiy, adabiy, badiiy, musiqiy kabi turlari bor. Shuningdek, har bir turning o'z qonuniyati, shakl-shamoyili bo'ladi.

Ilmiy ijod oldin ma'lum bo'lmagan hodisalar, ularning munosabatlarini ochishga, tabiat va jamiyatda hali ma'lum bo'lmagan jarayonlarni bilishga, tadqiq qilishga yo'naltirilgan bo'lsa, adabiy ijod esa g'oyaviy ijoddan boshlanadi. Adabiy asar yaratishda odatda adib uzoq o'ylaydi, hayotiy materiallardan foydalanish barobarida, to'kima obraz yaratadi. Qahramonini yuz ko'yga solib, istasa kuldiradi, yig'latadi, chuqur iztiroblar girdobiga tashlaydi yoki uni o'kuvchi ko'z o'ngida dunyodagi eng baxtli inson sifatida gavdalantiradi.

Badiiy ijod rassomlik, haykaltaroshlik, yog'och o'ymakorlik, musiqashunoslik kabi turlarga bo'linadi. Ularning ham o'z ish uslublari bor: masalan, rassom qog'oz, bo'yoq, matodan foydalansa, haykaltarosh loy, ganch yoki boshqa unsurlardan foydalanadi.

Jurnalistik ijod ham boshqa ijod turlariga o'xshaydi. Jurnalist ijodi badiiy asar yaratadigan adib ijodiga yaqin turadi, ya'ni, u ham asar yaratish davomida obyektlarni, qahramonlar hayotini o'rganadi, dalillardan foydalanadi. Ammo badiiy asar yaratishda yozuvchi o'z tasavvuriga ko'proq erk beradi, turli badiiy usullar, to'qimalardan ko'proq foydalangan holda, qahramonini yuksak darajaga olib chiqishga harakat qiladi.

Jurnalistika ijodida esa masala nisbatan boshqacharoq tarzda yuzaga keladi, ya'ni jurnalist borliqni hujjatlar asosida aks ettiradi. To'g'ri, adabiy ijodda, shuningdek, jurnalist ijodida ham fakt, dalil, ma'lumotlar o'z aksini topadi. Shundan bo'lsa kerak, ba'zida badiiy asar bilan publitsistik asarni yonma-yon qo'yishadi. Bu unchalik to'g'ri emas. Badiiy asarda yig'ma obrazlar, personajlar tasvir obyekti hisoblansa, publitsistikada esa hayotda mavjud, bugungi kunda biz bilan yonma-yon yashayotgan, mehnat qilayotgan insonlar o'z aksini topadi. YA'ni, publitsist o'z ijodini yaratishda

hujjatlar, aniq dadil, faktlardan foydalanadi. Shu bois ham u hayotga ancha yaqinroq bo'ladi.

Mavzu

Jurnalistika asari mazmunining birinchi asosiy va muhim unsuri — mavzu hisoblanadi. Odatda, har bir muallifning turli, o'ziga xos chiqishlari bo'ladi.

Mavzuni jurnalistning o'zi tanlaydi va har bir jurnalistning o'zi yozadigan mavzulari bo'ladi. Masalan, kimdir informatsion xarakterdagi material tayyorlashni yoqtirsa, kimdir iqtisodiyot, yana boshqa bir jurnalist huquqiy mavzuda maqola yozishni xush ko'radi. Bu har bir muallifning bilim, tajriba va mahoratiga bog'liq. Kuzatishlar shuni ko'rsatayaptiki, hozirgi davr jurnalistikasi ixtisoslashuvni talab etayapti. Chunki ma'lum bir yo'nalishga ixtisoslashgan jurnalist uni yaxshi o'rgangan, ichiga kirib borgan tarzda yozadi, taxlil qiladi, muammolarni qo'ya oladi. Buni ikki tomonlama yutuq desak bo'ladi: birinchidan, jurnalist o'ziga yaqin bo'lgan mavzuni atroflicha o'rganib, jon-dili bilan ochib bera oladi, ikkinchidan, gazetada chuqur mazmunga ega, o'quvchining ruhiga yaqin va ochib berilgan bu mavzu gazetaga obro' keltiradi.

O'zbek jurnalistikasida ham ixtisoslashuv bo'yicha o'ziga xos maktab bor. Masalan, jurnalist Sh.Jabborov iqtisodiy, H.Olimjonovni huquqiy mavzuda yozadi. Tajribali jurnalist M.Abdullayev jamiyatimizdagi ijtimoiy muammolarni ko'tarib chiqish borasida, jurnalist A.Po'latov esa informatsiya tayyorlashni yaxshigina hadisini olgan mutaxassis sifatida tanilgan.

O'zbek matbuotida yirik janrlarda yozadigan jurnalistlarning ham o'z o'rnini bor. Masalan, S.Ahmad, O.Yoqubov, I.Rahim, Y.Muqimov, N.Rahmat, N.Sa'dullayev o'zbek jurnalistikasida ocherk yozishning ustasi sifatida dong taratgan bo'lsalar, ular ham o'z navbatida ma'lum yo'nalish borasida katta tajribaga egalar. Masalan, S.Ahmad, O.Yoqubov, I.Rahim respublikamizning ilg'or, dong taratgan paxtakorlari haqida eng yaxshi ocherk namunalarini yaratgan bo'lsalar, Y.Muqimov, N.Sa'dullayev ilg'or chorvadorlar haqida, N.Rahmat, D.Nuriy ona tabiatni asrash, ekologik muammolar haqida ajoyib ocherklar yaratib, o'quvchilariga taqdim etdilar. Bu jurnalistlarning mashhurligining sababi ham uzoq yillar davomida hayotni kuzatishlari, tajribalari, o'z ustilarida erinmasdan ishlashlari va o'z kasblarini jon-dildan sevishlari bilan bog'liq. Bu ijodkorlarda mavzu tanlashdan tortib, ustida ishlayotgan ma'lum materialni qalb prizmasidan o'tkazib, tahlil qilib, umumlashtirishgacha bo'lgan katta tajriba borki, bu muhim jihatlari ularni el-yurt, minglab gazeta o'quvchilariga tanitdi.

Jurnalistika asari mazmuni unsurlaridan biri, muammo hisoblanadi.

“Nazariya, shuningdek amaliyotda ham “muammo” so'zi zamirida ikkita bir-biriga o'xshash tushuncha anglashiladi: muammoli vaziyat va muammo. Muammoli vaziyat muammodan oldin paydo bo'ladi va faoliyat jarayoni natijasini boshqalardan oldin biladi”.

Gazetada bosib chiqarilishi lozim bo'lgan materiallarga ma'lum bir muammoning ko'yilishi muhim o'rin tutadi. Chunki har bir o'quvchi gazetadagi biron-bir maqola bilan

tanishganda, unda katta yoki kichik bo'lsin, muammo qo'yilganiga e'tibor beriladi. Mavzu nuqtai nazaridan jurnalistikada muammo chegaralanmagan. Masalan, iqtisodiy, ijtimoiy, madaniy, ilmiy va boshqa muammolar kabi.

Jamiyatdagi har bir soha, yo'nalishning o'z muammosi bor. Ularni matbuot sahifalarida vaqti-vaqti bilan yoritib turish, bu ommaviy axborot vositalarining vazifasiga kiradi. Ayni vaqtlarda dunyo miqyosida global isish, ekologiya, atrof-muhitni asrash, Orol dengizini asrab qolish kabi katta muammolar bilan bir qatorda, biron korxonadagi ma'lum yetishmovchilik yoki yosh mutaxassislarni ish bilan ta'minlash kabi muammolar ham borki, bular doimo ommaviy axborot vositalarining diqqat e'tiborida bo'lishi lozim. Odatda, shunga o'xshash muammolar biron-bir gazetada bosilgan maqolada o'z aksini topsa, shu gazetaga o'quvchilarning qiziqishi ko'proq oshishi tabiiy. Chunki oddiy o'quvchi nafaqat kundalik muammolar bilan tanishibgina qolmay, qo'yilgan shu muammoning tezroq hal bo'lishini istaydi. Maqolada ko'tarib chiqilgan muammoning yechimi gazetaga bog'liq bo'lmasada, (afsuski, aksariyat o'quvchilar bu muammolarning ijobiy hal bo'lishini gazeta tahririyati bilan bog'lashadi) bu ko'pchilikning e'tiborida bo'ladi.

Gazetada bosilib chiqqan maqola yoki boshqa istalgan ko'rinishdagi katta yoki kichik muammoning qay darajada qo'yilishi va uning o'quvchilar ongu shuuriga yetkazilishi — uni tayyorlagan jurnalistning mahoratiga bog'liq.

Ba'zi mutaxassislar jurnalistika ijodida muammoni ikki — ilmiy va amaliy guruhga bo'lishadi. Shunday muammolar bo'ladiki, ularni shunchayki oddiy yo'llar bilan yechib bo'lmaydi. Shunda bu kabi muammolarni yechishda ilmiy jihatdan yondashishga to'g'ri keladi. Jurnalistika amaliyotida bularga ko'plab misollar keltirish mumkin. O'tgan asrning 80-yillarida chorvachilikda ona qo'ylarni sun'iy tarzda urchitishda SJKdan keng foydalanish oqibatida, qo'ylarning soni ko'paydi, ammo ularning go'sht, teri va juni sifatsiz bo'lib qoldi. O'zbekiston sharoitida bu sun'iy usuldan foydalanish ona qo'ylarga katta zarar yetkazdi va ular zo'riqish oqibatida uzoq yasholmasdan, nobud bo'ldilar. Matbuotda SJKga qarshi chiqishlar oldiniga uncha natija bermadi, chunki mustabid tuzum uchun sifatli mahsulot emas, quruq raqamlar, dabdababozlik, qanday bo'lmasin, rejani ortig'i bilan bajarish muhimroq edi.

Taniqli jurnalist N.Sa'dullayev SJK muammosini atroflicha o'rganib chiqdi: olim va mutaxassislar, tajribali cho'ponlar bilan fikrlashdi, bahslashdi, uzoq izlandi. Matbuotda chiqishlar qilib, chorvachilikda SJKning o'ta zararli ekanini ilmiy jihatdan isbotlab berdi va nihoyat, bu muammo o'z yechimini topdi.

O'tgan asrning 80-yillarida matbuotda jurnalistlar tomonidan paxta va g'alladan mo'l hosil olishda toza urug'likning o'rni, g'o'zani zararkunanda hashorotlardan asrashda kimyoviy moddalardan foydalanish, ayniqsa, butifosning inson hayoti uchun o'ta zarari haqida ham muammolar ma'lum vaqt o'tib, bartaraf etilgan edi.

G'oya

Jurnalistika asari unsurlaridan yana biri, g'oyadir.

G'oya jamiyat rivoji, kishilarning hayotiy mo'ljallarini shakllantirish, safarbar etishda muhim o'rin tutadi. Odamlar azal-azaldan ma'lum bir g'oyaga ishonib, uni qo'llab kelganlar. O'zbekiston o'z mustaqilligini qo'lga kiritganidan keyin, O'zbekistonning o'sha paytdagi rahbari tomonidan milliy istiqlol g'oyasining asosiy tushuncha va tamoyillari, kotsepsiyasi ishlab chiqildi va u ijtimoiy jarayonlar rivojiga mustahkam g'oyaviy zamin yaratdi.

Albatta, O'zbekistonning har bir fuqarosi Vatan ravnaqiga munosib hissa qo'shish, yurt tinchligini asrash, komil inson bo'lib yetishish yo'lida astoydil mehnat qilayapti. Odamlarimiz qalbi va ongiga ana shu g'oyalarni singdirish yo'lida ommaviy axborot vositalari, jumladan, matbuot katta ishlarni olib borayapti. Shuningdek, matbuot qo'lga kiritilgan mustaqillikning siyosiy, ijtimoiy-iqtisodiy, huquqiy va ma'naviy asoslarini mustahkamlashni g'oyaviy jihatdan ta'minlashga xizmat qilish, milliy qadriyatlar, urf-odatlar, an'analarni tiklash, ularni har tomonlama rivojlantirish, mustabid tuzum davrida yuzaga kelgan illatlarni ijtimoiy-hayotning barcha sohalaridan siqib chiqarishdek muhim vazifalarni ham bajarayapti. Bularning isboti sifatida har kungi gazetalarning sahifalaridan ana shu g'oyalar asosida tayyorlanib, bosib chiqarilayotgan xilma-xil materiallarni misol keltirish mumkin.

Shuningdek, matbuot bugun milliy istiqlol g'oyasining istibdod illatlariga barham berish, mustaqillik, erk, ozoddik tuyg'ularini, istiqlolning ulug' ne'mat ekanini kishilarning ongiga singdirish kabi muhim jihatlarini ochib berish borasida sezilarli ishlarni bajarayapti desak, mubolag'a bo'lmaydi.

Bu muhim vazifalar milliy istiqlol g'oyasini hayotga tatbiq etish nuqtai nazaridan kelib chiqqan holda amalga oshirilayapti.

Fakt

Jurnalistika asari mazmunini belgilovchi muhim vositalardan biri — fakt hisoblanadi. Jurnalist faktlar yordamida o'z asarini yaratadi. Fakt jurnalistika asarining hujjatli asosi bo'lib, u fikr, baho, taxminlar bilan mustahkam bog'liq tarzda ish olib boradi.

Faktlar odatda, ijobiy yoki salbiy bo'ladi va ular vaziyatga qarab, o'rnida ishlatiladi.

Ma'lum bir voqelikka baho berish — faktni talqin qilishning bir qismi, deyish mumkin. Fakt va fikr bildirish, fakt va baholash o'rtasidagi o'xshashliklarni ajratib olish — bu muammo. Bu jurnalist tomonidan tayyorlangan ma'lum materialga bog'liq. Ba'zida jurnalist bildirgan fikrlar ijtimoiy hayot haqidagi fakt bo'la oladi.

Ba'zida jurnalist ko'pchilikka ma'lum bo'lgan faktlarga suyangan tarzda uni takrorlamaslikka harakat qiladi. Jurnalistik asarining qimmatini faktik materiallarning sharhi bilan bog'liq bo'ladi.

Faktlar albatta baholanishi lozim. Yana bir jihat, faktlarning obdon tushuntirib berish — asarning mazmuni yaxshi va o'ziga xos bo'lishini ta'minlaydi, chunki talqin jarayonida faktning ahamiyati va o'rnini yanada faolligi bilinadi.

Maqolada mazmun isbot talab qilmaydigan unsurlari muallif bergan baho, fikr, taxminlari orqali ustuvorlik qiladi.

Jurnalist faktlarni ko‘plab manbalar: odamlar, hujjatlar, shaxs va kuzatishlar asosida oladi. U faktlarni yiqqanda, katta diqqat-e’tibor bilan yondashishi, bu borada xatoga yo‘l qo‘ymasligi kerak. Jurnalist O‘zbekiston Respublikasining “Ommaviy axborot vositalari to‘g‘risida”gi qonuniga amal qilgan tarzda ish tutishi lozim.

Hujjatlar ustida ishlaganda, odamlar bilan muloqotda bo‘lganda ham jurnalist tiliga ehtiyot bo‘lishi lozim. U suhbatdoshi bilan emin-erkin, ochiq suhbat qilishi, unga aniq savollar bilan murojaat qilib, faktlarni jonli bo‘lishini ta’minlashi va yanada aniqlashtirib olishi kerak.

Odamlar bilan suhbatlashib, ularning fikrini olish uchun jurnalist quyidagilarga rioya qilishi kerak:

1. Suhbat aniq, tushunarli bo‘lishi kerak.
2. Suhbatdosh bilan iliq muloqot olib borish kerak.
3. Suhbat ochiq, oshkora bo‘lishi lozim.
4. Suhbatdoshi bilan istagan tarzda muloqot olib borishi lozim.
5. Oldiniga suhbatdoshni diqqat bilan eshitib, so‘ng o‘z fikrlarini bayon etishi kerak.
6. Suhbatdosh bilan muloyim va ehtiyotkorlik bilan muloqotda bo‘lish.
7. Suhbatdoshni og‘ir savollar bilan qiynab qo‘ymaslik kerak.
8. Oddiy, jo‘n faktlarni keltiraverish yaramaydi 112.

Shuningdek, suhbatdosh bilan yaqin kishilardek munosabatda bo‘lish, savollarni ham mazmunli tarzda berish kerak.

Hozirgi paytda jurnalistlar ma’lum suhbat uyushtirish, faktlarni olish uchun reportyor, diktofondan foydalanishadi. Bu suhbatdoshni birmuncha noqulay ahvolga solishi mumkin, ammo chiroyli odob va muloyimlik bilan uni bunga ko‘ndirish mumkin.

Suhbatdoshi ba’zida jurnalistga ma’lum fakt, muhim ma’lumotlarni ochiq aytishga tortinishi mumkin, bunday hollarda jurnalist suhbatdoshini ish joyida emas, ishdan keyin ma’lum bir joyni belgilab (biror kafe, park, yo‘lda) bu muhim ma’lumotlarga ega bo‘lishi mumkin. Agar muhimroq fakt, ma’lumotlar zarur bo‘lsa, suhbatdosh bilan bir necha marta uchrashish kerak bo‘ladi.

Nazorat savollari:

1. *Jurnalistik ijod nazariyasini o‘rganishning o‘rni va ahamiyati haqidagi tasavvurlaringiz.*

2. *Jurnalistik ijod nazariyasini oldingi davr bilan hozirgi zamon kesimida tasniflab bering.*

Mavzusi yuzasidan savollar:

1. Jurnalistik ijod nazariyasi haqidagi tasavvurlaringiz.
2. Jurnalistik ijod nazariyasiga ta'rif bering.
3. Nashrning g'oyaviy-ijodiy konsepsiyasi nimalardan iborat?
4. Nashrning axborot siyosati nimalarga asoslanadi?
5. Jurnalistning tahririyatdagi faoliyati jarayonida unga qanday talablar qo'yiladi?
6. Bo'lim muharririning vazifalari nimalardan iborat?
7. Muxbirning vazifalarini sanab bering.
8. Jurnalistik ijod nazariyasi bo'yicha tadqiqot olib borgan olimlarning ilmiy ishlari haqida nimalarni bilasiz?
9. Jurnalistikada universallashtirish nima?
10. Sharhlovchining vazifalarini sanab bering.
11. Ijodiy muhit deganda, nimani tushunasiz?
12. Ixtisoslashuvning ahamiyati haqidagi tasavvuringiz?
13. Muharrirlik faoliyati va uning turlarini tasniflab bering.
14. Axborot siyosatini yoritishda targ'ibot va tashviqotning o'rni.
15. Ijodning uch turi haqida nimalarni bilasiz?
16. Media sohasidagi konvergensiya haqidagi fikrlaringiz.
17. Jurnalistik ta'limda ixtisoslashuv bo'yicha jahon tajribasi qanday yo'nalishlarda mutaxassislar tayyorlaydi?
18. Jurnalistikaning vazifa (funksiya)lari nimalardan iborat?
19. Jurnalistikaning prinsiplarini tasniflab bering.
20. Jurnalistikaning nazariy asoslari haqidagi fikrlaringiz?

2. TAHLILIY PUBLITSISTIK JANRLARDA TAHLIL METODI

Tahliliy jurnalistika haqida tushuncha.

Mazkur mavzuda jurnalistik ijod mahoratining muhim yo'nalishlaridan biri sifatida tahliliy janrlar va ularning matbuotda tutgan o'rni va ahamiyati haqida tushuncha beriladi.

Jurnalistikada tahlil jamiyatda sodir bo'lgan dolzarb voqea-hodisalarning mohiyatiga oydinlik kiritishdir. Shundan kelib chikib, bo'limda tahlilning obyekti va predmeti, voqelikning sabab-oqibatlarini o'rganish, tahlil olib borishning nazariy va empirik metodlari, tahlil jarayonida axborot manbalari bilan ishlashning o'ziga xosligi, voqelikni tushuntirishda jurnalist nuqtai nafari haqida bilimlar beriladi. Tahliliy jurnalistikaning: korrespondensiya, maqola, taqriz, jurnalist surishtiruvi, sharh janrlari to'g'risida batafsil ma'lumot beriladi, mazkur janrlarga oid materiallar tahlil etiladi. Bundan tashqari, tahliliy jurnalistika janrlari, ularning zamonaviy jurnalistikada o'zgarishi, janrlar integratsiyasi masalalari ham ko'rib chikiladi. Chunki, jurnalistika nazariyasi va amaliyoti zamonaviy media makonda sodir bo'layotgan yangiliklar, o'zgarishlar, paydo bo'layotgan yangi tendensiyalarga mos ravishda rivojlanishi lozimligini davrning o'zi taqozo etmoqda. Axborot texnologiyalari mislsiz darajada rivojlanayotgan, jurnalistikaning faoliyat ko'rsatish shakllari va mazmuniga qo'yilayotgan talablar o'zgarayotgan hozirgi sharoitda, ayniqsa, bu juda muhim ahamiyatga ega. Sababi, axborot texnologiyalarining kirib kelganiga hech qancha vaqt bo'lmasdan, yuz yillardan beri faoliyat ko'rsatib kelayotgan bosma nashrlar yangi, ulkan kibermakonga moslashyapti, undan orqada qolmaslikka intilyapti.

Endilikda zamonaviy jurnalistika amaliyotida mumtoz yoki an'anaviy degan tushunchaning ahamiyati o'zgardi. Raqamli texnologiyalar, audiovizual vositalar ommaviy axborot vositalari tuzilishini multimedialashtirmoqda. Uning imkoniyatlaridan foydalanib, media matnlar auditoriyaning qabul qilish darajasiga mos ravishda, hayotda sodir bo'layotgan voqea-hodisalarni qiziqarli, hayotiy va jonli (rasmlar, video tasvirlar, audio matnlar yordamida) tayyorlash muhim tendensiyaga aylanmoqda. Shunday sharoitda jurnalistlarning ijodiy imkoniyatlarini yuzaga chiqarish, kasbiy mahoratini oshirish, jurnalistik material tayyorlash ko'nikmasini shakllantirish jurnalistika ilmi oldidagi dolzarb masalalardandir. Bu esa sohani muttasil takomillashtirib borish, uni zamonaviy bilimlar asosida boyitish, sohaning nazariy bilimlari bilan birga muntazam amaliy jarayonlarni kuzatib, tahlil qilib borishni taqozo etadi. Ana shu talablardan kelib chiqib, ushbu bo'limda zamonaviy o'zbek jurnalistikasida tahliliy materiallar yozgan yetakchi mualliflarining tajribasi ham o'rganiladi.

Tahliliy jurnalistika haqida tushuncha, uning zamonaviy media makondagi urni va vazifalari.

Jahon jurnalistikasi taraqqiy etgani sari tabiiyki, bu sohaning hozirgacha mavjud bo'lgan an'analari va kadriyatlar ham o'zgarib boradi. Chunki asos solingandan beri

axborot yetkazishni maqsad qilgan mumtoz jurnalistika bilan aloqa vositalari, shuningdek, axborot olish va uzatishning eng rivojlangan texnologiyalarga asoslangan bugungi faoliyati katta rivojlanish yo'lini bosib o'tdi. Unga hamohang tarzda jurnalistikaning asosiy vazifasi ham o'zgarib bormoqda. Uning ijtimoiy hayotda sodir bo'lgan voqea-hodisalar haqida jamoatchilikka xabar berishga qaratilgan asosiy faoliyati bilan birga, jamoatchilik fikrini shakllantirish va boshqarish, jamiyatning turli guruhlari, jamoalari, kishilari o'rtasida kommunikativ munosabatlar o'rnatish, muayyan g'oya va mafkuralarni targ'ibot va tashviqot qilishi, tarbiyalashi, axborot bozoriga mahsulot yetkazib beruvchi ishlab chiqarish korxonasiga aylanishi singari faoliyat turlari ham rivojlandi. Shu bilan birga axborotni qabul qiluvchi jamiyatning o'zi ham o'zgardi. Endilikda jamiyat a'zolari faqat OAV orqali axborotni qabul qilibgina qolmasdan, o'zlari ham bu jarayonda bevosita ishtirok etayapti. Bu esa zamonaviy jurnalistikaning mohiyati va vazifalariga o'zgartirishlar kiritayapti.

Hozirgi sharoitda axborotga bo'lgan talab har qachongidan ham yuqori. Obrazli qilib aytganda, eng ko'p iste'mol qilinadigan mahsulot bu — axborotdir. Ammo har qanday axborot jamoatchilik tomonidan qabul qilingani bilan bu ehtiyoj tugab qolmaydi. Jamiyatning o'zgarishi, kundalik sodir bo'lgan voqealarga qarab u ham o'zgarib boraveradi. Jamoatchilik esa OAVdan axborot yetkazib berishdan ko'proq narsani kutadi. Va aksariyat hollarda OAVni yordami muammoning hal qilinishiga qodir kuch sifatida tasavvur etiladi.

Ayniqsa, internetning kirib kelishi, axborot uzatuvchi subyektlarning ko'payishi bilan bog'liq jarayonlar OAV uchun ham axborot yetkazib berishdan kengroq, izchilroq faoliyat olib borishni taqozo etadi. Chunki jamiyatning biror bir bo'g'ini sohasida qarama-qarshilik, muammo yoki jumboq yuzaga keladigan bo'lsa, u haqda faqat axborot berish omma o'rtasida voqelikka bo'lgan qiziqishni yanada orttiradi. Odamlar u haqida ko'proq bilishni istaydi. Buning uchun axborot yetkazishdagi uch mumtoz: “nima?”, “qachon?”, “qayerda?” degan savollarga javob topishning o'zi kamlik qiladi. Ularning ortida yana “nima uchun?”, “qanday qilib?” degan yangi savollarni paydo qiladi. Jurnalist bu savollarga javob topish uchun sodir bo'lgan voqea-hodisani chuqur va atroflicha o'rganadi, tahlil qiladi.

Predmetning harakati, uning tashqi olam bilan munosabati, ular orasidagi ilg'anmaydigan bog'liklik, qarama-qarshilikka aniqlik kiritish talab etiladi. O'z-o'zidan bular butun bir jarayonlar tizimini tashkil etadi-ki, jurnalist ularni o'rganib, muayyan mavzuga bag'ishlangan fakt va dalillarni yig'ishi, ularni bir-biri bilan qiyoslashi, taqqoslashi, muhim va ikkinchi darajali ma'lumotlarni ajrata bilishi, tizimga solishi zarur. Muammoning tuguni, uni keltirib chiqargan sabablar, omillar, yetkazadigan oqibatlar, voqelikka ta'siri, uning yechimini topish yo'llari orqali ushbu mavzuga aniqlik kiritadi. Bu jarayonlar bir so'z bilan aytganda – tahlil deb ataladi.

“Tahlil” — (ruscha “analiz” so'zidan olingan bo'lib), 1) ilmiy tekshirish usuli; obyektiv voqelikni ilmiy bilish, o'rganish vositasi; 2) tahlil qilish; 3) tekshirish degan ma'nolarni anglatadi! Shu nuqtai nazardan, tahliliy jurnalistikaning asosiy vazifasi tahlil, tekshirish orqali sodir bo'lgan voqelikni jamoatchilikka yetkazish, tushuntirishdir.

Voqelikning dolzarbligi, ahamiyati, sabablarini o'rganishdan avval, voqeaning o'zi nima, uni tashkil etuvchi qismlar nimalardan iborat, degan savolga aniqlik kiritib olish zarur.

Rus tadqiqotchisi A.Tertichniyning fikricha, “muayyan makonda va ma'lum vaqt oraliq'ida, jarayonda (aniq boshi va oxiri bor) sodir bo'lgan harakat, voqea hisoblanadi. Tabiatda sodir bo'lgan turli hodisalar, favqulodda holatlar ham voqea deyiladi. Faqat jurnalistika uchun tabiiy hodisalardan farqli o'laroq jamiyat hayotida ro'y bergan va odamlarga ta'sir ko'rsatadigan aniq maqsad va natijaga ega harakatlarni o'rganish va uni yoritish muhim hisoblanadi. Voqea jamiyatning muayyan ijtimoiy-siyosiy vaziyatlarida, iqtisodiy, ma'naviy-axloqiy hayotida tug'iladi, sodir bo'ladi”.

Odamlarni ko'proq o'zlari yashayotgan jamiyatda sodir bo'lgan voqealar qiziqtiradi. Ayniqsa, bu voqealar ularning manfaatlariga bevosita daxldor bo'lsa, e'tiborsiz qolmaydi. Tabiiyki, jamiyatning turli sohalari: siyosat, iqtisod, huquq, din, madaniyat, ma'rifat, axloq, sport va boshqalarda yuz bergan voqealar jurnalistikaning o'rganish obyektidir. Xo'sh, jurnalist uchun obyekt nima bo'lishi mumkin?

Avvalo, ta'kidlash joizki, jurnalist tayyorlaydigan har qanday axborot muayyan obyektga tegishli. YA'ni, voqeaning joyi, qayerda (ko'chada, maydonda, tashkilotda, osmonda, suvda va h.z.) sodir bo'lganidir. Shu ma'noda jurnalistikaning o'rganish obyekti, avvalo bu jamiyatning o'zi, biz yashayotgan hayot. Qolaversa, insonni o'rab turgan ichki va tashqi olamdagi, tabiatdagi turli o'zgarishlar, favqulodda hodisalar ham jurnalistikaning obyekti hisoblanadi. Masalan, stadionda bo'layotgan futbol matchi, muzeydagi ko'rgazma, ko'chadada ro'y bergan avtohalokat yoki ma'lum hududda sodir bo'lgan zilzila bu – obyektidir.

Jurnalistikaning o'rganadigan obyekti haqida gap ketar ekan, uning qanday mezonlar asosida, qanday predmetga tayanib tadqiq etilishi masalasi kun tartibiga chiqadi. Shunday ekan, predmet nima, degan savolga ham javob berish kerak bo'ladi.

Predmet – voqelikni, obyektini o'rganish, tadqiq etishda muallif anglagan muayyan bir asos, jihat, o'rganish usuli tomonidir. Predmet orqali obyektning o'zini emas, balki uning aniq bir tashqi jihatini ko'rsatib beriladi. Umuman olganda, fanda barcha sohalarning o'rganish, tadqiq etish obyekti va predmeti mavjud. Bundan jurnalistika ilmi ham mustasno emas. Shu nuqtai nazardan jurnalistikada obyekt va predmet tushunchalari mutaxassis-olimlar tomonidan keng o'rganilgan va yondashuvlar turlicha.

Masalan, rus tadqiqotchisi V.Lektorskiy jurnalistikada obyekt bilan predmet xususida bahs etarkan, ular o'rtasidagi farqni alohida nazarda tutadi: “predmet obyekt bilan bir qatorda turadigan narsa emas, predmet obyektning mazmunini ifoda etuvchi uning aniq bir tashqi jihatidir”, deb ta'kidlaydi! Boshqa bir olim V.Goroxov jurnalistika predmeti “uni tashkil qiluvchi ko'pgina ijtimoiy vaziyatlarning (obyektning – ta'kid bizniki N.K.) zamonaviy birligi” sifatida tan olishini ta'kidlaydi. Bu fikrlarni inkor etmagan holda, yuzaga kelgan har qanday ijtimoiy vaziyat tushunchasi har doim ham dolzarb bo'lmazligi, u yana ham torroq, yana ham aniqroq mazmunni taqozo etishi mumkinligini ham inkor etib bo'lmaydi. Masalan, jurnalistikada har bir voqeaning anik predmeti bo'lishi bilan birga, bir necha mustaqil vaziyatlar, jarayonlarni bir-biriga o'zaro

bog'lovchi voqealarni o'rganish uchun yaxlit bir predmet ham bo'lishi mumkin. Aytaylik, odam savdosi qurboni bo'lish bu bir vaziyat (huquqiy jihatdan o'rganish obyekti) bo'lsa, u bilan bog'liq huquqiy savodsizlik, biror bir kasb yoki hunarga ega bo'lmaganlik, ishsizlik, oiladagi yetishmovchilik, er-xotin o'rtasidagi axloqiy munosabatlar, bola tarbiyasi bilan bog'liq muammolar singari bevosita shu masalaga daxldor boshqa bir necha vaziyatlarni yuzaga keltiradi. Bunda voqea, xodisa, jarayon, vaziyatlarning o'zni almashishi ham mumkin.

Taxliliy jurnalistikaning o'ziga xos xususiyatlari

Jurnalist jamiyatda sodir bo'lgan voqea, hodisa, jarayon, vaziyatlarni o'rganadi, tahlil qiladi va yoritadi. Uning yoritayotgan mavzusi, jamoatchilik ahamiyatiga molik, ommani qiziqtiradigan va ularning talablarini qondirishga mo'ljallangan bo'lishi kerak. Tanlangan voqea qancha ko'p odamga taalluqli bo'lsa, uning dolzarbligi shuncha ortadi.

Voqelik nima? Voqelik – anik, ma'lum bir vaqt oralig'ida muayyan makonda kutilmaganda yuzaga kelgan holat, harakatdir. U ijobiy-salbiy, barqaror-beqaror, oson-murakkab, chigal, jumboq va h.k. bo'lishi mumkin.

Voqeani yoritish, uning tarkibiy qismlari haqida aniq ma'lumotlarni (voqeaning ishtirokchilari kimlar, ular

- qahramonning haqiqatini qaror toptirishga yordamlashish;
- iste'dodini namoyish etish;
- hodisada kim aybdorligini tushuntirish;
- hamkasblariga “tanbeh” berish;
- gonarar ishlash va h.z.

Tahliliy jurnalistika metodlari

Jurnalist jamiyatda sodir bo'lgan turli xil ijtimoiy voqealarni o'rganish, tadqiq etish, tahlil qilish orqali uning mohiyatini aniqlash, voqeaning sabab va oqibatlari, o'zni va ahamiyatini ko'rsatib berishda bir qator vazifalarni bajaradi. Bu vazifalarni bajarishda jurnalist jamiyat hayotining turli tomonlarini auditoriyaga tezkor, tahlil asosida, his-hayajonli va obrazli vositalar orqali ko'rsatishga harakat qiladi. Ijodiy faoliyat jarayonida jurnalist bilishning, voqelikni anglashning turli metodlaridan foydalanadi.

“Metod” tushunchasi – deb yozadi Korkonosenko, – zamonaviy fanning u yoki bu turida yechilishi zarurligi ilmiy jihatdan isbotlangan harakatlar tizimidir. U samaradorlikka erishishga xizmat qiluvchi faoliyat jarayonida topilgan favqulodda tabiiy usuldir. Olim OAV xodimlari oldiga kuygan vazifalarini, ya'ni jurnalist faoliyatini amalga oshirish jarayonida bilishning metodlarini ikki: empirik va nazariy metodlar guruhiga ajratadi. Birinchisi, ma'lumotlar olishga qaratilgan empirik metodlar, ikkinchisi sodir bo'lgan voqelikning mohiyatini anglashga qaratilgan nazariy metodlar guruhi. Boshqa tadqiqotchi A. Tertichniy ham ikkita: empirik va nazariy metodlar guruhiga ajratadi.

Empirik metodlar guruhiga – materiallar (manbalar) yig'ish, kuzatish, suhbat, intervyu, hujjatlarni saralash kabilar kiradi. Bunda e'tibor voqelikning xarakteridan kelib

chiqib, asosan, obyekt xaqidagi tashqi ma'lumotlarga qaratiladi. Buning natijasida axborot yuzaga keladi. Xar qanday axborot esa muayyan janrga va metodga javob berishi kerak. Xabarsiz, kundalik sodir bo'lgan voqea-hodisa, jarayon, vaziyat, holat va ularning muhimligi, salmog'i, ko'lam, foydasiyu zarari bilan bog'lik natijalarsiz jurnalistika mavjud bo'lmaydi. Bular, aslida, jurnalistikaning kundalik «noni». Shundan kelib chikib aytadigan bo'lsak, axborot janrlari yangiliklarni yetqazadigan materiallarga nisbatan qo'llanadi. Shu bois ko'proq e'tibor axborot yig'ish metodlariga qaratiladi.

Nazariy metodlar guruhiga – analiz (tahlil-voqealarni har tomonlama, qismlarga bo'lgan holda batafsil o'rganish), sintez (hodisalarni o'zaro bog'langan, bir butun holda tekshirish, olingan natijalarni umumlashtirish, yaxlit xulosa chiqarish), induksiya (ayrim hodisalardan umumiy xulosaga kelish), deduksiya (umumiy holatdan aniq yoki xususiy xulosa chiqarish), surishtiruv-sabab, aloqalarni o'rnatish, umumiylikdan qismlarga ajratib o'rganish singari metodlar kiradi. “Jurnalist aqliy faoliyatida voqelikni anglashning umumnazariy metodlari hisoblangan: analiz, sintez, induksiya, deduksiya, taqqoslash va qiyoslash metodlari muhim rol o'ynaydi”. Tahliliy janrlar tadqiqot ishlarini olib borishni ko'zlaydi va ular yordamida: muammolar ko'tariladi va yechimi topiladi, shahsiy va jamoatchilik munosabatlariga oydinlik kiritiladi, ma'naviy – ruhiy ijod maxsullariga baho beriladi, ijtimoiy bashoratlar qilinadi va h.k.

Metodga amal qilish jurnalistik asarning ichki shaklini belgilaydi. U ana shu shaklga tayanib, jurnalistik asarning ko'rgazmali modeli, qolipi yaratiladi. U ikki qismdan iborat bo'lib, empirik metodlaridan bo'lgan kuzatish orqali vokelikni o'rganib, faktlarni qo'lga kiritadi hamda kisman va to'liq, ko'lamli (statistik) va sifatli aniq ifodani qog'ozga tushiradi.

“Predmet, funksiya va metod – janrni ushlab turadigan uchta kit, uch buzilmas ustundir”. Janrning bu uch asosiy “qo'rg'on”idan har biri alohida va ko'prok e'tibor qaratishga loyiq hisoblanadi.

Jamiyatdagi voqea-hodisalarni yoritish jurnalistdan katta bilim va mahoratni talab etadi. Rossiyalik nazariyachilardan biri M.Kim jurnalistning professional mahoratini uch asosiy belgisini ko'rsatadi. Bular – bilim, qadriyat va an'analardir. Yana bir rus nazariyachisi V.A. Lektorskiy bilim turlari va jurnalist uchun ahamiyatli jihatlarga e'tiborni qaratadi. “Bilim, – deb ta'kidlaydi u, – shunday maxsus ta'limki, u olib borilayotgan ishning real hayot bilan mos kelishidir”.

Darhaqiqat, jurnalist o'z kasbiy faoliyatini olib borish uchun sohaga taalluqli bo'lgan nazariy bilimlarga ega bo'lishi, shu bilan birga, albatta, amaliy faoliyatda bo'lishi lozim. Jurnalistning kasbiy faoliyati jarayonida, olib borgan tahlillarida o'zining shaxsiy fikri, o'z pozitsiyasi, mantiqiy tafakkuri, voqelikdan chiqaradigan xulosasi talab etiladi. Ana shu xulosa kishilar o'rtasidagi munosabat kayfiyatini paydo qilishga, unda o'zlari ham ushbu voqelik yuzasidan erkin fikrlarini bildirishlariga imkon beradi.

Jurnalistikada janrning o'rni

Har qanday jurnalistik asar o'zining kompozitsion tuzilishi, yaxlit ko'rinishi, amal qilishi lozim bo'lgan qator prinsiplari, oldiga qo'ygan maqsadi, ish olib borish usullari va

vazifalariga ega. Bu har bir jurnalistdan belgilangan tamoyillarga amal qilishni, voqelikka nisbatan bevosita yoki bilvosita yondashuvni, uni yetkazishda muayyan uslub va maxoratni talab etadi. Jurnalist o'zi tayyorlayotgan asarning tartibi qanday bo'lishi, nimadan boshlashi, qanday ma'lumotni birinchi o'ringa olib chiqishi, voqea, xodisa, jarayonni qay tartibda yoritishi xaqida o'ylaydi. Ularni bir tartibga keltirishning o'zi esa matnga nisbatan muayyan shaklni talab etadi.

Shakl haqida gap ketganda, albatta, janrlar haqida to'xtalib o'tish kerak. Avvalo janrning o'zi nima? Tadqiqotchilar unga **“hayotiy materialning kompozitsion tuzilishini o'zida ifoda etadigan va voqelik haqida aniq tasavvur beradigan axborot uzatishning o'ziga xos shaklidir”** deb ta'rif berishadi. YA'ni, oddiy qilib aytganda, janr bu – asar shaklidir. Uning lug'aviy ma'nosiga to'xtaladigan bo'lsak, “janr” fransuzcha so'zdan olingan bo'lib “tur”, “xil” degan ma'nolarni anglatadi. Tashqaridan qaraganda yoziladigan asar shaklining hech qanday nazariyaga yoki ta'rifga ehtiyoj yo'qday ko'rinadi. Ammo shakl muayyan ko'rinishga va mazmunga ega bo'lganligi bois, barqaror tushuncha hisoblanadi.

So'nggi paytlarda janr tushunchasi jurnalistika sohaning eng ko'p muhokama etiladigan mavzularidan biriga aylandi. Bu nimadan dalolat beradi? Bu janrlar jurnalistika bilan tengma-teng rivojlanayotganligidan, uning media kontent sifatini ta'minlashda o'rni va ahamiyati muhimligidan dalolatdir. Janrning jurnalistika rivojidagi o'rni va ahamiyatini aniqlash, bevosita janrning paydo bo'lishi va rivojlanish tarixini o'rganish zaruratini yuzaga keltiradi. Aslida, janr tushunchasi birgina jurnalistika sohasiga taalluqlimi? Janr faqat jurnalistika sohasiga taallqli bo'lib qolmay, adabiyot, san'at va uning boshqa turlarida ham keng qo'llanadi. Garchi bu sohalarda ham janr tushunchasi muayyan shaklni ifoda etsa ham, ularning yondashuvida o'ziga xoslik bor.

Jurnalist ijodi - shaxs va uning ruhiyati bilan muntazam shug'ullanadigan murakkab psixologik jarayon. Shaxsni o'rab turgan barcha muhit - aql, his-tuyg'u, erkinlik. Ruhiyatning barcha darajasi — ongosti, ong va ongdan tashqarida bo'lgan jarayonlar bilan bog'liq.

Ijodni o'rgatib bo'ladimi?

Darhaqiqat, jurnalist mehnati o'quvchilar, radiotinglovchilar, teletomoshabinlar bilan bo'ladigan bevosita muloqotlar orqali amalga oshadi. Bu kommunikativlikning (communicatio - lotin tilidan olingan bo'lib, umumlashtiraman, bog'layman, muloqot qilaman degan ma'nolarni anglatadi) eng oddiy ko'rinishi sifatida uch unsurdan tashkil topadi:

Ommaviy kommunikatsiya vositasining u yoki bu faoliyatini tushunish xech bo'lmaganda “kim?”, “kimga?”, “qanday?”, “qanday kilib?”, “nimani beradi?” degan savollarga javob topish orqali ifoda etiladi. To'liq tasavvurga ega bo'lish uchun esa mazkur kommunikativ faoliyat sanchalik samarali natija berganligini bilish zarur.

“Ommaviy axborot vositalari” atamasining keng tarsalishi va tez-tez sollarinishining sababini aniqlash uchun ushbu iborada mavjud bo'lgan har bir so'zning mohiyatini tushunish kerak. “Ommaviy” – bu qancha, nechta? Yuzlab, minglab, millionlab axborot

iste'molchilarimi? Bularning barchasi qanday vosita (gazeta, jurnal, tele yoki radiokanal, Internet sayt) orqali axborot oladi? Yirik davlatlarning umummilliy televizion dasturlarining millionlab tomoshabinlari, obro'li gazetalarning o'n minglab, yuz minglab o'quvchilari bor. Har qanday holatda, gap individual axborot tarqatish haqida emas, (qoidaga ko'ra, shaxsiy) ommaga, muayyan miqdordagi odamlarga, jamoatchilikka qaratilgan axborot haqida ketyapti ("massa" — miqdor o'z ma'nosini o'zgartirmaydi).

"Axborot" atamasining (lotin tilida — informatio - tushuntirish, bayon qilish) ko'p talqinlari bor. Bir tomondan, bu tirik va o'lik tabiatning voqelikdagi aksi (aks etish nazariyasi) sifatida ifodalanuvchi — umumfalsafiy tushuncha.

Ilmiy doiralardagi bahs-munozaralarda mazkur tushuncha talqini va tavsifi borasida hanzuz aniq bir to'xtamga kelingan emas. Turli soha (kibernetika, matematika, fizika, mantiq, psixologiya, biologiya, genetika) olimlarining axborot haqidagi izohlari bir-biridan farq qiladi. Chunonchi, kibernetika asoschisi N. Viner nazariyasiga muvofiq, "axborot, bu axborotdir, u moddiyat (materiya) ham emas, quvvat (energiya) ham emas". Fiziklar esa axborotni moddiyat va quvvat toifasidagi hotsisa sifatida talqin etishadi. Matematiklar nuqtai nazaridan, axborot voqelikda mavjud bo'lmagan, shakl bilan ham, mazmun bilan ham bog'liq bo'lmagan mavhumot, abstrakt miqdordir. Faylasuflar esa, aksincha, uni moddiyatning eng muhim xususiyatlaridan biri sifatida tavsiflashadi. Genetiklar talqinida axborot nasliy belgilar vorisligini ta'minlovchi universal sxemadan iborat.

Norbert Viner tomonidan axborot nazariyasining yaratilishi tufayli u kibernetikaning asosiga aylandi va butun dunyo kompyuterlashtirish asri hamma narsani xususiylashtirib, o'zlashtirib oldi. Jurnalistlar uchun axborot, o'z navbatida, ular faoliyatining obyekti: ular dolzarb, ijtimoiy ahamiyatga ega bo'lgan axborotni to'playdilar, qayta ishlaydilar va tarqatadilar.

Jurnalist axborotining o'ziga xos ahamiyatli tomonlari bor.

Birinchidan, qoidaga ko'ra axborot yangilik bo'lishi kerak.

Jurnalist uchun ijtimoiy hayotning barcha — siyosat, iqtisod, fan, madaniyat, sport va boshka sohalariga doir asosiy xabarlar bilan auditoriyani ta'minlashi zarur.

Jurnalist tabiat, koinot, Yer shari, ummonlar, umuman, makroolam va uning kam o'rganilgan jihatlari haqida, bizni o'rab turgan olamning har soniya, lahzada o'zgarib turuvchi jihatlari, tuhfarini, insonning ruhiy-ma'naviy va moddiy olamiga ko'rsatadigan ta'sirini doimo kuzatib, qayd etib borishi va bu haqda aholini xabardor etib turishi kerak.

Ikkinchidan, jurnalist axboroti original bo'lishi zarur. Agar biror-bir voqea-hodisa haqidagi axborot matbuotda bir xil yoritilsa, axborotga ham, bu uning manbasiga ham auditoriyaning qiziqishi so'nadi. Bundan auditoriyaning muayyan qismi foydalansa-da, axborot keng jamoatchilik uchun ahamiyatga ega bo'lmaydi.

Uchinchidan, jurnalist axboroti foydali bo'lishi kerak. Afsuski, ayrim OAV xodimlari shov-shuv ketidan quvib, bu haqda unutib qo'yishadi. Xrestomatik misol: it odamni tishlasa — bu sensatsiya emas; agar odam itni tishladi, deyilsa, bu — sensatsiya!

Taassufki, bu holatning ikkinchi qismi, ya'ni odam itni qopishi paradoksal ahamiyatga ega. Chunki gap klinik hodisa sifatida psixiatrlarni qiziqtirishi va ularga biron-bir kasallik holatini aniqlashda yordam berishi mumkin. Ammo jamiyat bunday axborotdan hech qanday foydali jihatni olmaydi. Tabiiyki, matbuot qiziqarli, ahamiyatli axborotni berishga haqli, ammo bu jamiyatning begonalashuvi (voqea-hodisaning asosiy mohiyatidan uzoqlashish)ni ta'minlamasligi zarur.

Shu ma'noda jurnalistik faoliyatning predmeta real, aniq voqelik. Jurnalist subyekt sifatida harakatini ob'yekt – ommaviy auditoriyaga qarab yo'naltiradi. Bu yerda gap bevosita ta'sirchanlik haqida ketyapti. Jurnalist mehnatining mahsuli bo'lgan jurnalistik asarlar: maqolalar, reportajlar, radio va teledasturlar, filmlar auditoriyaga turlicha ta'sir ko'rsatadi.

Bu asarlar turli axborot kanallari: gazeta, radiostansiya, telestudiya va Internet orqali tarqatiladi.

Ularning har biri murakkab moddiy-texnik bazadan: bosmaxona, kompyuterdan tortib sun'iy yo'ldoshgacha bo'lgan elektron texnikalardan tashkil topgan. Qolaversa, har qanday ommaviy axborot vositasi o'ziga xos ish tartibiga ega boshqaruv va rahbarlikni talab etadigan katta ijodiy jamoa.

Jurnalist asarining mazmuni sodda va hammaga birday tushunarli bo'lishi bilan belgilanadi. Garchand ijodiy bu asar o'quvchi, tinglovchi yoki tomoshabinning manfaatiga xizmat qiluvchi vosita sifatida ta'sir o'tkazsa ham. Yozuvchi yozgan asarini avlodlar tushunishiga umid bog'lab stolda o'tirib ijod qilsa, jurnalistlar bugun uchun ishlaydi. Agar jurnalistning asari auditoriyaga yetib bormasa, o'likdir, jonsizdir. U go'yo umuman bo'lmaganday.

Jurnalist asari yaratilishi hamono OAVning tegishli kanallari orqali auditoriyaga uzatiladi: gazeta yoki jurnalda chop etiladi, televideniye yoki radio orqali translyatsiya qilinadi.

Shu bilan birga ommaviy axborot vositalari jurnalist mehnatisiz o'z mazmunini yo'qotganiday (aytaylik, mikrofon va videokamera, studiya pavilyonlari, rejissorlik pulti, teleminora, sun'iy yo'ldosh aloqalari, Internet tarmoqlari agar efirga beradigan hech narsasi bo'lmasa, ularning mavjudligidan hech qanday ma'no yo'q), aloqa vositalari va auditoriya bo'lmasa, jurnalist mehnatining ham ma'nosi bo'lmaydi.

Jamiyat axborot mexanizmining umumiy belgilari ana shunday xarakterga ega.

Shu bois, jurnalistika – ijtimoiy tizimning muhim komponenti, zamonaviy jamiyatning muhim tarkibiy qismi hisoblanadi. "Jurnalistika" tushunchasi o'ziga xos xususiyatlari, tomonlari, ko'rinishlari bilan bir-biriga bog'liq bir butun sohani bizga namoyon qiladi. Shulardan jurnalistika hodisasining oltita eng muhim jihatlarini nomlaymiz.

Jurnalistika - bu:

1) mafkuraviy muassasaning mos tizimi – gazeta tahririyatlari, teleradiokompaniyalar, axborot agentliklari, vazirliklar, idoralar va boshka tarmoqlarning

matbuot xizmatlari, OAV faoliyatining boshqa zarur turlari (reklama agentliklaridan tortib, matbuot tarqatish bo'limlari, nashriyot, texnik telemarkazlar, retranslyatorlar, radio, Internet tarmoqlari va b.);

2) axborot to'plash, jurnalistik asarlar yaratish, qayta ishlash, saqlash faoliyati turlari, ularni davriy nashrlarda tarkatish tizimi;

3) OAV (muharrirlar va muxbirlar, ocherknavislar, ssenaristlar, intervyuyerlar va shoumenlar) tizimining to'liq faoliyat olib borishini taqozo qiluvchi kasblar majmuasi;

4) OAV uchun: gazeta va jurnallar sahifalarida bosiladigan, radio va televideniya namoyish etiladigan ko'rsatuvlar, yaratilgan asarlar tizimi.

Jurnalist tomonidan tayyorlangan reportaj va ocherklar, ko'ngilochar shoular va muammoli videofilmlar o'ziga xos "zamonasining solnomasi" tuzumlar hujjati, zamonlar tasviri sifatida jurnalist ijodi mahsulidir. Bunga jurnalist mehnatining noverbal: gazeta sahifasini maketlashtirish, TV va radio uchun eshittirish setkasi, ko'rsatuvlar tartibi yaratish kabi natijalari ham kiradi;

5) axborot uzatish kanallari majmuasi: matbuot, radio, televideniya, Internet. Ularning asosiy vazifalari bir bo'lganiga qaramay, axborot bilan ishlash usullari o'ziga xos jihatlari bilan ajralib turadi;

6) bo'lg'usi jurnalistlar uchun, shuningdek, amaliy jurnalistikada uchraydigan filologik, tarixiy yoki siyosiy fanlar bilan bog'liq jurnalistik bilimlarni o'rganuvchi ta'lim majmuasi.

Jurnalistika — ijtimoiy hayot, real voqelikni har jihatdan xolis yoritadigan, inson turmushining ko'pqirrali tomonlari haqida tasavvur beradigan, ularning shaxsiy bo'lmagan muloqotlarining o'ziga xos shakllarini ko'rsatib bera oladigan, fikrlashga undaydigan, asosiy kasbga amaliy tajribalar tufayli erishiladigan inson ijodiy faoliyatining bir turi. Jurnalistika jamoatchilik tafakkurini aks ettiradi va uni shakllantiradi, bir paytning o'zida jamiyatga xizmat qiladi va ijtimoiy boshkaruv qurollaridan biri hisoblanadi. Aynan mana shuning uchun OAV "to'rtinchi hokimiyat" deyiladi. Zamonaviy hayotning murakkab dialektik hodisasi sifatida jurnalistika ijtimoiy taraqqiyotning muhim qurollaridan biridir. Jurnalistikaning har tomonlama rivojlanishisiz insoniyat sivilizatsiyasi va jamiyat rivojlanishini tasavvur etish qiyin. Uning davlat va xalq o'rtasidagi vositachilik vazifasi esa, aksariyat hollarda OAV faoliyati yo'nalishini belgilab beradi.

Biroq ommaviy axborot vositasining hokimiyat va siyosiy jarayon bilan munosabati do'stona ham va yoki aksincha ham bo'lmazligi kerak. OAV xodimi, ya'ni jurnalist o'z ishi bilan vijdonan shug'ullanishi — hokimiyatdan yoki ayrim mansabdorlar tahdididan ko'rqmasdan, ularga yoqishga ham in-tilmasdan axborotlar izlashi, olishi va jamiyatga yetkazishi lozim.

Rivojlangan demokratik davlatlarda qoida tariqasida davlat hokimiyati idoralari o'zining ommaviy axborot vositalariga ega emas. AQShda 1800 dan ziyod telekompaniyalar mavjud bo'lib, ulardan birortasi davlatga tegishli emas. Davlat

departamenti tomonidan mablag‘ bilan ta‘minlana- digan yagona teleradiokompaniya “Voice of Amerisa” (“Amerika ovozi”) bo‘lib, uning AQSH ichkarisiga axborot tarqatish huquqi yo‘q.

Jurnalistik material jonli va ta‘sirli chiqishi uchun muallif, avvalo, quyidagilarga e‘tibor berishi talab etiladi.

Jurnalist uchun eng asosiysi mavzu (yunoncha thema - fikr yuritilayotgan holat) - tasvir etilayotgan narsa. Bu ham ayni materialdagi muallif tomonidan ajratib ko‘rsatilayotgan eng asosiy holat.

G‘oya (yunoncha idea - tushuncha, tasavvur) asarning asosiy fikri, muallif pozitsiyasining ifodasi. G‘oya o‘rganilayotgan hayotiy materialning asosi bo‘lishi, u muallifning borliq haqidagi qarashlarini bir nuqtaga jamlashi, uning axloqi, did va qiziqishlarini aniqlashga yordam berishi mumkin. Od- diy til bilan aytganda, mavzu – bu nima haqda, g‘oya - nima uchun, degan ma‘nolarda keladi. Xuddi, hayotiy material doimo adabiy asoslardan ko‘ra keigroq bo‘lgani kabi, mavzu ham g‘oyadan ko‘ra kengroq. Odatda, yosh jurnalistlar qaysi mavzuda maqola yozsam ekan, deb o‘ylab yurishadi. Mavzu tanlash uchun uzoqqa borishning hojati yo‘q. Ko‘pincha jurnalistik material uchun mavzuni tevarak-atrof, sodir bo‘lgan voqea yoki hiikoya qilmoqchi bo‘lgan odamlarning o‘zi, ularning ishi va xatti-harakatlari aytadi. Shunday qilib, faoliyatingizning birinchi bosqichi - axborot yig‘ish jarayoni shu tariqa amalga oshiriladi.

Hayotiy material o‘rganildi, mavzu va g‘oya aniqlandi, bo‘lajak jurnalistik materialning qahramon va personajlari tanlab olindi. Mazmun tushunarli, endi to‘plangan materiallarni qanday shaklda uzatish masalasigagina oydinlik kiritilishi lozim. Ayni mana shu narsa jurnalistik mahoratning asosiy qismini tashkil etadi. Bu yerda kompozitsiya muhim ahamiyatga ega bo‘ladi.

Kompozitsiya (lot. compositio - insho, tuzish, bog‘liqlik, birlashish) – asar qurilishi qonuniyatlari, bir butunlikni tashkil etish uchun alohida qismlarning uyg‘un holda birlashishidir. Kompozitsiya – bu muallif tomonidan tasvirlanayotgan materialning tuzilish prinsipi.

Kompozitsiya, odatda, mavzu va g‘oya asosiga quriladi. Tanlab olingan hodisa va faktlar shunday tuzilishi kerakki, unda ularning ichki ma‘no aloqalari bir butunlikni tashkil etishi, o‘z navbatida, muallifning pozitsiyasini ifoda etishi kerak. Kompozitsiya yordamida muallif materialni o‘z fikriga moslab, ketma-ketligini belgilaydi. Auditoriya qiziqishini susaytirmaydi, uning diqqatini bir mavzuga jamlab, kerakli xulosalar chiqarishga undaydi.

Kompozitsiya ustida ishlayotgan jurnalist qaysidir ma‘noda fabula (lot. fabula - masal, hikoya)ga, ya‘ni syujet ichida bo‘ladigan voqealar zanjiriga bog‘liq bo‘ladi. Hujjatli asarda fabula muallifga bog‘liq bo‘lmaydi, u yerda haqiqatda bo‘lgan voqea ustunlik qiladi. Muallif fabuladan kelib chikkan holda syujetni tuzadi.

Syujet (fr. sujet - predmet) – voqealar silsilasi, mavzuni dramaturgiya asoslaridan kelib chiqqan holda bayon etadi. Dramaturgiyasiz hech bir asar dunyoga kelmaydi.

Hayotning o'zi harakat demak. Harakat esa taraqqiyotdir. Har qanday taraqqiyotning kuchi - bu to'laqlarni yengib o'tish.

Nazorat savollari:

1. *Tahliliy jurnalistika haqidagi tushunchangiz.*
2. *Tahliliy jurnalistikaning media makondagi o'rni va vazifalari haqidagi tasavvurlaringiz.*

Mavzusi yuzasidan savollar:

1. Tahliliy jurnalistika haqida tushuncha bering.
2. Tahliliy jurnalistikaning xususiyatlari haqidagi fikrlaringizni bayon eting.
3. Tahliliy jurnalistika metodlari haqida nimalarni bilasiz?
4. Tahliliy jurnalistikaning janrlarini tavsiflab bering.
5. Tahliliy jurnalistika janrlariga umumiy baho bering.
6. Korrespondensiyaning janr xususiyatlari.
7. Korrespondensiyaning qaysi turlarini bilasiz?
8. Matbuotda tahliliy korrespondensiyaning o'rni.
9. Maqolaning janr xususiyatlari.
10. Maqolaning tuzilishi haqidagi tasavvurlaringizni bayon eting.
11. Maqolaning turlari.
12. Maqolaning belgilari.
13. Jurnalist surishtiruvining xususiyatlari.
14. Jurnalist surishtiruvining obyekti va predmeti.
15. Jurnalist surishtiruvida kasb etikasining buzilish holatlari.
16. Sharh janrining xususiyatlari.
17. Sharhning turlari.
18. Sharh kompozitsiyasi va hajmi.
19. Taqrizning janr xususiyatlari.
20. Taqrizning turlari.

3. BADIY - PUBLITSISTIK JANRLARNI O'RGANISH, OBRAZLI TALQIN QILISH METODI

Badiiy-publitsistik janrlar tasnifi.

Diqqatingizga havola etilayotgan ushbu mavzu badiiy-publitsistik janrlar haqidagi nazariy va amaliy bilimlarga bag'ishlangan. Ta'kidlamoq joizki, badiiy-publitsistik mahoratning bir guruh janrlarida bilishning empirik va nazariy metodlaridan tashqari, badiiy adabiyotning ayrim vositalaridan: obraz va obrazlilik, xarakterlar yaratish, tipiklashtirish, fabula, kompozitsion qurilish, konflikt va yechim kabi mahorat bilan bog'liq unsurlaridan foydalaniladi. Bundan ko'zlangan maqsad – publitsistikaning mazkur janrlarida jamoatchilikka yetkazilmokchi bo'lgan fikr shunchaki axborot tarzida berilmasdan, kishilarning tuyg'ulari, hislariga ta'sir ko'rsatish orqali uning samaradorligini oshirishdir. Bunday janrlari sirasiga badiiy-publitsistik janrlar guruhi deb ataladi.

O'zbek jurnalistikasi nazariyasi O'zbekiston davlat mustaqilligini qo'lga kiritgunga qadar rus jurnalistikasi nazariyasi va amaliyoti ta'siri ostida bo'lgani uchun rus (sho'ro) matbuotida qanday janrlar qo'llanilgan bo'lsa, o'zbek matbuotiga ularni shu xolicha olib qo'ya qolish ko'zga tashlanadi. XX asrning 70–80-yillarida mazkur janrlar guruhiga, asosan, ocherk, felyeton, pamflet va mayda satirik janrlar (masal, parodiya, epigramma, o'rtoqlik hazillari) kiritilgandi. Sal keyinroq yozilgan ba'zi o'quv qo'llanmalarida masal publitsistika janriga kiritilmagan. Bunda mazkur janrlar o'zbek milliy matbuoti xususiyatlariga mos keladimi, yo'qmi, bu bilan xisoblashilmagan.

O'zbekiston davlat mustaqilligiga erishgandan keyin barcha ijtimoiy sohalarda bo'lgani kabi jurnalistika nazariyasi va amaliyoti sohasida ham o'zgarishlar yuz berdi va bermoqda. O'zbekistonda kadrlar tayyorlash talablariga muvofiq, publitsistika janrlari guruhlarini belgilashda jahon jurnalistikasi tajribalaridan kelib chiqib, yondashish qaror topdi. Shu asnodan o'zbek milliy jurnalistikasi xususiyatlarini e'tiborga olgan xolda ilk marta publitsistika janrlari guruhlarini belgilashda nisbatan yangi yo'l tutildi. Ilgari xorijiy matbuotda keng qo'llanilgan esse janri ham O'zbekiston jurnalistikasidan joy oldi. Endi faqat rus jurnalistikasi nazariyasi va amaliyoti tajribalaridan emas, balki jahon jurnalistikasi, jumladan, publitsistikasi nazariyasi va amaliyoti tajribalaridan ham foydalanila boshlandi. Pirovardida, O'zbekistonda milliy va xalqaro jurnalistika nazariyasi va amaliyotiga xos ilmiy qarashlar yuzaga keldi. Shu qarashlardan kelib chiqib badiiy-publitsistik janrlar guruhiga ocherk, felyeton, pamflet, esse, xat (epistolyar publitsistika), badia, mayda xajviy-mutoyiba janrlari (parodiya, o'rtoqlik hazillari, latifa) kiritildi.

Shu bilan birgalikda mazkur bo'limda jurnalistik mahorat sirlarini egallash va mantiqan fikr yuritishda muhim ahamiyat kasb etadi.

Ocherk janrining paydo bo'lish tarixi, xususiyatlari

Ocherk – badiiy publitsistikaning keng tarqalgan, yetakchi janrlaridan biridir. Tabiatga – ham badiiyat, ham publitsistik belgi, xususiyatlar xos bo‘lgan ushbu janrga ikki jihatdan qaraladi, baholanadi. Bu rassomlikdagi eskiz (qoralama) yaratish bilan bog‘liq. Rassomlar surat yaratishdan oldin uning eskizini qalamda chizib olsalar, ocherk orqali publitsist ijtimoiy voqelikni chizib ko‘rsatadi. Filologiya fanlari doktori M.Xudoyqulov, filologiya fanlari nomzodlari B.Do‘stqorayev, Y.Hamdammov hamda A.Nurmatovlar fikricha, “ocherk” so‘zining paydo bo‘lishida rus yozuvchisi va publitsisti M.Gorkiy bevosita aloqadorligini ta’kidlaganlar.

“Ocherk hikoya bilan tadqiqot o‘rtaligidagi yakqin joyda turadi”, – degan edi M. Gorkiy. Ushbu tavsifda yozuvchilar biron tarixiy voqelik asosida badiiy asar yaratishdan oldin uning eskizi vazifasini bajaruvchi dastlabki nusxasini chizib olishni tushungan. Aniqrog‘i, u badiiy adabiyotning ocherk janrini nazarda tutgan, M. Gorkiy ta’rifida, garchi bevosita badiiy adabiyotdagi ocherk nazarda tutilganda, u publitsistika janriga ham aloqador tavsif sifatida qabul qilingan. Bu esa publitsistikaning ocherk janri haqida fikr yuritilgan paytlarda muayyan noaniqliklarni ham keltirib chiqargan.

Eng avvalo, uning ta’rifida “ocherk” katta badiiy asarning “debochasi”, eskizi (qoralamasi) sifatida baho berilgani uchun unga to‘lakonli bo‘lmagan janr sifatida qaralgan.

Holbuki, badiiy-publitsistikaga xos ocherk mustaqil va to‘laqonli janr sifatida shakllangan va qaror topgan. Buni unga yuklangan publitsistik maqsaddan ham bilsa bo‘ladi.

Ocherk sof hikoya ham, sof tadqiqot ham emas, balki ularning bir qator muhim alomatlarini singdirgan o‘ziga xos sintetik asardir. Rus tilidagi “ocherk” so‘zi “chertit”, “ochertit”, ya’ni “chizmoq”, “chizib ko‘rsatmoq”, “chegaralab olmoq” ma’nolarini bildirishini, shuningdek, aksariyat ocherklarning publitsist “men”iga bo‘ysunganligini ham nazarda tutsak, bu janrning xususiyatlarini anglab olishimiz oydinlashadi.

“O‘zbek tilining izohli lug‘ati”da ocherk so‘ziga hayotiy faktlarning kichikroq tasviridan iborat badiiy asar, deb ta’rif berilgan. Tadqiqotchi O.Tog‘ayev o‘zining: “Publitsistika janrlari” kitobida esa, “ocherk gazeta janrlari orasida eng murakkab, eng ziyrak, ixcham, hozirjavob janrdir”, – deb yozadi. M.Xudoyqulovning “Jurnalistika va publitsistika” asarida berilgan ta’rifni keltirib o‘tadigan bo‘lsak, “ocherk – badiiy publitsistikaning asosiy janrlaridan biri bo‘lib, voqelikni obraz va obrazlilik vositasida tasvirlaydi va publitsistik xulosalar chiqaradi” deyilgan.

Rus tadqiqotchisi YE.I.Jurbina bu janrni badiiy adabiyot bilan publitsistikaning murakkab va serqirra janri, degan ta’rifni beradi. Mashhur rus ocherknavisi Anatoliy Agranovskiy esa: “Yangiliklar matbuotning noni ekanligiga shubha yo‘q, lekin ocherk ta’bir joiz bo‘lsa matbuotning desertidir”, – deb aytadi.

Publitsistikaning ocherk janrida muayyan tugal, aniq fikr ilgari suriladi. U ijtimoiy ahamiyatga, salmoqqa ega bo‘lgani uchun jamiyat a’zolari e’tiborini qaratish uchun mo‘ljallanadi. Shu bois, XX asrning 60-yillariga kelib badiiy adabiyotni ocherk janridan

farqlash maqsadida publitsistikaning ocherk janrini “gazetniy ocherk” (“gazeta ocherki”) degan rukn (yoki sarlavha) ostida berish keng tarqalgandi.

Ocherk janrining eng asosiy, muhim belgisi – unda ijtimoiy ahamiyatga ega fikr (g‘oya)ning bo‘lishidir. Uni turli ko‘rinishlarda ifoda etishi mumkin: ijtimoiy voqelikka nisbatan ma’rifiy (bilish, publitsistik tadqiq etish) yoki unga faol munosabat tarzida. Har ikki holda ham fikr (g‘oya), muammo jamiyat va insonning o‘zaro kommunikativ munosabati, aloqasiga borib taqaladi.

Ocherk janrining asosiy belgilaridan biri – unda hujjatlilikning shart ekanligidir. Shuningdek, ocherk janrida ijod qilar ekan, muallif o‘zi yashayotgan va ijtimoiy faoliyat olib borayotgan davrning mafkurasi, yetakchi tendensiyalarini hisobga olishiga to‘g‘ri keladi. Bu muallifning ocherkka yuklagan umumiy g‘oyasida, asarga kiritilgan personajlarning monolog yoxud dialoglarida u yoki bu darajada o‘z ifodasini topadi. Shuning uchun ommaviy axborot vositalaridagi ocherklarda subyektivlik ko‘rinishlarining ochiq, yorqin mavjud bo‘lishi ushbu holat bilan bog‘langan va ular badiiy adabiyot (belletristika)ga oid asarlardan shunisi bilan ajralib turadi.

Ocherk bilan hikoyaning mushtarak va farqli jihatlari nimada ko‘rinadi?

Hikoya – ijtimoiy muhim voqeaga bag‘ishlangan, hajman uncha katta bo‘lmagan, badiiy to‘qima, syujet, kompozitsiya imkoniyatlaridan keng foydalanib, voqea-hodisani quyma obrazlar, tipik xarakterlarda gavdalantirib beradigan nasriy asar. Ocherk esa asosan mantiqiy muhokamalar, tushunchalar, shuningdek, badiiy obrazlar uyg‘unligida yaratilib, jamiyatning muhim, dolzarb ijtimoiy muammolarini ko‘tarib chiqadigan, ko‘p hollarda hayotiy voqea, hujjatlar asosiga ko‘rilib, konkret qahramon, personajlar xakteri chizgilarini ko‘rsatadigan, gavdalantiradigan publitsistik asardir.

Hikoyada badiiy tasvir, quyma obrazlar ustuvor bo‘lsa, ocherkda mantiqiy muhokama, tushunchalar obrazlar orqali liro publitsistik bayon usuli asosiy o‘rinni tutadi. Albatta, bunga muallifning yozish manerasi, tili, uslubi muhim ahamiyat kasb etadi.

Ocherk nega yoziladi? Publitsist ocherk yozishda bir qancha maqsadni o‘z oldiga qo‘yishi mumkin. Eng avvalo, biron-bir insonning fazilatlarini, ibratli ishlarini boshqalarga namuna sifatida tasvirlab muayyan ma’naviy-axloqiy, tarbiyaviy-pedagogik jihatdan saboq bo‘lsa, degan niyatni ko‘zlaydi, bunday hislatlarning jamiyat a‘zolari orasida ko‘payishini istaydi. Ikkinchidan, shaxsiy va ijtimoiy turmushda yaxshi fazilatli, xulq-atvori mukammal insonlarni jamiyat a‘zolariga o‘rnak qilib “ko‘rsatib qo‘yish”, ularni ulug‘lash niyatida bo‘ladi (bu hol ko‘proq portret ocherk turiga tegishli).

Albatta, bu maqsadlarini u ortiqcha tashviq-targ‘ibotlarsiz, xolis tarzda amalga oshirishga intiladi.

Ayrim ocherknavislar ma’rifiy maqsadni ustuvor deb biladi. Inson va jamiyat munosabatlarini sotsiolog, publitsist sifatida tadqiq qiladi. Muayyan jamiyatdagi ijtimoiy, iqtisodiy, ma’naviy-axloqiy munosabatlar shu jamiyat a‘zolarining tiynatiga, xulq-atvoriga, ma’naviy-axloqiy xususiyatiga, xatti-harakatlariga qay darajada ta’sir ko‘rsatishini o‘rganib, bu borada kamchilik yoki chetga chiqishlar yuz berayotgan bo‘lsa,

to'g'ri yo'l izlashga ko'maklashadi. Bunda publitsist insonning ma'naviy yuksalib borishini, uning o'zi yashayotgan jamiyatga qarashini, munosabatini, ruhiy holat manzaralarini, bir jamiyatda yonma-yon yashayotgan insonlarning o'zaro muloqot-munosabatlarini u yoki bu jihatdan tadqiq etishga intiladi.

Ocherknavis o'z oldiga qo'yadigan maqsad makon va zamon bilan bog'liq holda o'zgarib turishi mumkin. Bundan qati nazar, ko'p asrlik tajriba asosida aytish mumkinki, publitsist ocherk yozishni niyat qilar ekan, quyidagi ijodiy jarayonni boshidan kechirishiga to'g'ri keladi va buni hamisha e'tiborda tutadi:

- u ocherk uchun zarur materiallarni to'plash;
- voqelikni, ijtimoiy muhitni yetarli darajada o'rganish;
- u ijtimoiy hodisalarni tahlil qila bilish orqali ularning mohiyatini anglash;
- u kishilar xarakteri (tiynati) qirralarini ochib berishga intilish, bunda tipiklashtirii va individuallashtirish usullaridan o'z o'rnida foydalana bilish;
- u badiiy-tasvir vositalaridan, ijodiy uslublarning rang-barang qirralaridan mohirona foydalana olish malakasini egallash;
- u adabiy til meyorlarini yaxshi o'zlashtirish;
- u odamlar nutqini ularning tiynatiga xos bera bilish, monolog va dialoglarni o'z o'rnini va meyorida qo'llay olish;
- u mazmunga mos badiiy shakl tanlay bilish.

Tabiiyki, ocherknavisga qo'yiladigan ushbu talablarni o'zgarmaydigan qolip, shablon sifatida tushunish kerak emas.

Ocherkning turlari. Siymo (portret) ocherk

“Ocherk” atamasi o'zbek matbuoti adabiyotiga XX asr boshlaridan, asosan, rus adabiyoti matbuoti orqali kirib keldi, mumtoz adabiyot namunalarida bu termin uchramaydi. Shu o'rinda XIX asr boshlarida yashab ijod etgan rus demokrat publitsistlari Dobrolyubov, Belinskiy, Gersen hamda Chernishevskiylarning ilg'or ma'rifatparvarlik g'oyalari bilan sug'orilgan, xalqni jaholat botqog'idan yorug' kun sari, nurli hayot sari chorlash ruhida yozilgan ocherklarini eslash o'rinli. Shuningdek, XIX asr boshlarida o'zbek ma'rifatparvar jadidlari turli mavzularda, muammoli, portret, yo'l ocherklarining yaxshi namunalarini yaratishgani ham ma'lum. Garchi “ocherk” atamasi bizning matbuotda yaqin yuz yil ichida paydo bo'lgan esada, bu janrning xususiyatlari, belgilari mumtoz adiblarimiz, mutafakkir shoirlarimiz tomonidan bundan bir necha asrlar muqaddam yaratilgan.

Xususan, portret ocherki, yo'l ocherki (Safarnoma)ning eng yaxshi namunasini Alisher Navoiyning “Majolis un-nafois”, Mirzo Boburning “Boburnoma”sida uchratamiz. Navoiy “Majolis un-nafois”da 459 shoirning shaxsiyati, ijodi, ziynati, fazilati, qusurlari haqida shunday qisqa, lo'nda, aniq tavsiflar beradi, she'riyatning latif misralaridan namunalar keltiradi, mahoratga xolis, adolatli baho beradiki, ushbu portret

xarakteristikasi o'quvchi yodida uzoq vaqt saqlanib qoladi. "Boburnoma"da ham shunday.

Biror kishi haqida gap ketganda, Bobur uning valodat va nasabi, shakl va shamoyili, ya'ni portreti, axlok va adabi, maqsad va urushlari, viloyati, avlodi haqida shunday kerakli ma'lumotlar, lo'nda tavsifnomalar beradiki, muallif mahoratiga beixtiyor qoyil qolasiz. Mana, otasi Umarshayx Mirzoning portretini qanday chizadi: "Past bo'yluk, tegirma soqollik, ko'ba yuzluk, tanbal kishi edi. To'nni bisyor bir kiyar edi, andog'kim, bog' bog'labturda qornini ichiga tortib bog'labdur edi, bog' bog'lagandan so'ng o'zini qo'ya bersa, bisyor bo'lur edikim, bog'lari o'zular edi. Kiymoqda va yemoqda betakalluf edi. Dastorni dastorga chirmar edi".

Alisher Navoiyga ham qiska va sermazmun ta'rifni Mirzo Bobur berganki, bu ta'rif keyinchalik mashhur iboraga aylanib ketgan: "Alisherbek naziri yo'q kishi erdi. Turkiy til bila to she'r aytubturlar hech kim oncha ko'p va xo'p aytqon emas".

Shu kungacha nashr etilgan o'quv qo'llanmalarda ocherk janrining, odatda, eng ko'p tarqalgan portret (siymo), muammoli, safarnoma (yo'l ocherki) turlari ko'rsatilgan. Shularning har biriga alohida to'xtalib o'tamiz.

Siymo (portret) ocherk rus matbuotida XIX asrning 60-70-yillarida fransuz va ingliz fiziologik ocherklari ta'sirida yuzaga kelgandi. Mazkur asrning 20-30-yillarida fransuz adabiyotida fiziologik, ya'ni maishiy ocherklar yaratish taraqqiy topgandi. J.Sand, F.Sudye, F.Pia, P.Borel, L.Gozlan, O.Balzak, A.Dyuma, J.Janen va boshqa adiblarning o'z davrida fiziologik ocherklari mashhur bo'lgandi. Rus publitsistlari ham dastlab fiziologik ocherklar yaratganlar, ko'p o'tmay, ular siymo (portret) ocherklar yozishga o'tishadi. I.Kushchevskiy, Gleb Uspenskiy, A.I.Levitov, Saltikov-Shchedrin, Pomyalovskiy va boshqalar oddiy rus mehnatkashining, birinchi galda rus dehqonining sotsial (ijtimoiy) siymosini ochishga bag'ishlangan betakror ocherklar yaratdilar. Ularning siymo ocherklarida personajlarning ruhiy holatini nozik chizish, dialog va monologlar vositasida muayyan sotsial tipga xos xarakterlarni mahorat bilan bera olish xususiyatlari yaqqol ko'zga tashlanadi. Shu tariqa, rus matbuotida siymo ocherki shakllandi va taraqqiy topdi. Siymo (portret) ocherkida insonning ma'naviy-ruhiy olamini, tiynatini, o'y va orzularini, turli ijtimoiy holatlarda ko'rsatish maqsadi ko'zlangan bo'ladi. Uning tashqi qiyofasi prototipi (ocherkka asos qilib olingan mavjud real shaxs)nikidan farqlanmasligi kerak. Aks holda, kutilmagan turli noxush hodisalar kelib chiqishi mumkin.

O'zbek matbuotida siymo ocherklari, asosan, XX asrning 30-yillarida shakllangandi. 1929 yildan boshlab SHo'rolar hokimiyati, uning rahnamosi bo'lgan kommunistlar partiyasi tomonidan har to'rt-besh yilda qabul qilinadigan "Besh yillik rejalar"ning to'la va muddatidan oldin bajarilishi, bu rejalarini bir necha baravar ortig'i bilan bajargan "qahramon"larning yuzaga kelishi, yangi tuzumning, ya'ni sotsialistik jamiyatning butun mehnatkash aholida tashabbus uyg'otganligi, shu sababli uning barcha jabha bo'ylab "zafarli" yutuqlarni qo'lga kiritayotgani, sho'rolar tuzumi davriga kelib xotin-qizlarning erlar bilan ijtimoiy jihatdan tenglashtirilganligi tufayli ularda paydo bo'lgan imkoniyatlarning yuzaga chiqishi, natijada ijtimoiy faol, kurashchan ayollarning

paydo bo'lgani, umuman, yangi tipdagi "sovet kishisi"ning yuzaga kelayotgani jarayonini butun dunyoga namoyish etish harakati "sho'ro siymo ocherklari"ning mazmun-mohiyatini tashkil etgandi.

Muammoli ocherk

Bu xil ocherklar rus publitsistikasida o'tgan asrning 40-yillarida qaytadan rivoj topdi. Xususan, "Noviy mir" ("Yangi olam") jurnali muammoli ocherklarning taraqqiy etishida ibratli tashabbus ko'rsatgani ocherk nazariyasi bilan shug'ullanuvchilarga yaxshi ma'lum. O'z davrida V.Ovechkin, B.Galin, Y.Jukov, M.Sturua, A. Agranovskiy, V.Agranovskiy, A.Kalinin, G.Radov, Y.Chernichenko, V.Tendryakov, YE.Dorosh, I.Vinichenko va boshqalarning muammoli ocherklari mashhur bo'lgandi. Ayniqsa, Valentin Ovechkinning "V odnom rayone" ("Bir tumanda"), "Rayonniye budni" ("Bir tumanning ish kunlari") muammoli ocherklari e'lon qilingandan so'ng ularning ijodiy ta'siri ostida o'zbek jurnalistikasida ham bu xil ocherklar birin-ketin paydo bo'la boshladi.

"Bir tumanning ish kunlari" ocherkida rayon partiya komitetining kotibi bo'lgan Borzov o'zi boshqarayotgan rayondagi ahvolni sinchiklab kuzatib, chuqur o'rganib borish asosida qarorlar qabul qilish o'rniga ma'muriy buyruqbozlik asosida ish yuritishni davom ettiraveradi. Borzovning o'rinbosari bo'lgan Martinov esa, uning tamom teskarisi. Tumandagi holatni yaxshi o'rganadi, vaziyatga qarab eski qarorlarni o'zgartirishni, yangilarini qabul qilishni taklif etadi. Natijada, Borzov lavozimidan ketib, uning o'rnini tashabbuskor Martinov egallaydi. V.Ovechkinning bu ocherki o'z davrida rahbar xodimlar masalasida butun mamlakat miqyosida katta o'zgarishlarga sabab bo'lgandi.

Ta'kidlash o'rinliki, V.Ovechkinning "Bir tumanning ish kunlari" ocherki katta ahamiyatga egaligi hisobga olinib, 1948 yildayoq yozuvchi Asqad Muxtor tarjimasida o'zbek tilida bosilib chiqqan va ko'pgina o'zbek ocherknavislariga ijodiy ta'sir ko'rsatgandi.

Muammoli ocherkning muhim belgisi – unda biron-bir ijtimoiy ahamiyatga ega muammoning qo'yilishidir. SHO'rolar davrida Georgiy Radovning "Chelovek s ideyey" ("G'oyasi bo'lgan kishi") sarlavhali ocherki "Pravda" gazetasining 1968 yil 1 iyul sonida bosilgan. Mazkur ocherk sho'rolar davri muammoli ocherkining mazmun-mohiyatini o'zida to'la aks ettirgandi, deyish mumkin. Unga qishlokda (kolxozda) yuzaga kelgan ayrim muammolar, bu muammolarni yechishda unga aloqador kishilarda tug'ilgan g'oyalar asos qilib olinadi.

O'zbek publitsistlaridan Ibrohim Raxim, Samar Nurov, Nazir Safarov, Mirzakalon Ismoilov, E'tibor Oxunova va boshqalar muammoli ocherkning rivoj topishiga o'z davrida munosib hissa qo'shgandilar.

Ibrohim Rahimning «Mexanizatorning o'ylari»da ocherk qahramoni Ikromjon kolxozda mexanizator bo'lib ishlarkan, atrofiga sinchiklab ko'z tashlaydi, natijada, xo'jalikdagi ko'pgina texnikaning faqat ma'lum bir mavsumda ishlatilishi va qolgan vaqtlarda shunchaki bekor turishini ko'rib, ularni barcha mavsumlarda ham ishlatish muammosi ustida bosh qotiradi va bu borada muayyan g'oyalarni beradi.

«Qayta qurish» deb atalgan yillarda Shokirali Nuraliyevning muammoli ocherklari mashhur bo'lgandi. Uning 1987 yili nashr kilingan «Siz nima deysiz?» kitobi, asosan, qishloq xo'jaligiga bag'ishlangan muammoli ocherklardan iborat. Shulardan biri – 1985 yili yozilgan «G'o'zapoya yoxud masalaga kompleks yondashishning ahamiyati to'g'risida» sarlavhali muammoli ocherkini olaylik. Ocherk 5 ta kichik qismdan iborat. 1-qismda paxtachilik sohasi bo'yicha ko'zga ko'ringan olim M. Muhammadjonov «Sharq yulduzi» jurnalining 1985 yilgi 6-sonida, «O'zbekiston adabiyoti va san'ati» gazetasining o'sha yilgi 4 oktabr sonida tuproq hosildorligini oshirish yuzasidan bir qator takliflar bilan chiqqani munosabati bilan ocherk muallifi olimning fikrlariga o'z nuqtai nazarini bayon qiladi. Jumladan, olim tuproqni boyitish uchun kuzgi shudgor paytida g'o'zapoyani maydalab, yer tagida qoldirib ketishni taklif qilgan. Gektariga 6-8 tonna maydalangan g'o'zapoya to'g'ri kelsa, u azot o'g'iti bilan birgalikda tuproqning unumdorlik omilini oshiradi, degan taklifni bildirgan. Olimning bu taklifi ocherk muallifiga bir yoklama fikrlar bo'lib tuyuladi. «Mazkur masalaga har tomonlama, ya'ni kompleks yondashish lozim», deydi.

YA'ni biron-bir muammo hal etilar ekan, unga kompleks - har tomonlama yondashish kerak, degan masala ko'tariladi. Muammo shu tariqa ocherkning mehvariga aylantiriladi.

Sayohatnomalar (yo'l ocherki)

Ocherk janrining bu turi bir necha asrlar ilgari paydo bo'lgan. Odamlar uzoq-yaqin o'lkalarni, unda yashayotgan xalqlarni, ularning turmush tarzini, nima bilan shug'ullanishlarini bilgisi, boshqa yerlarda sodir bo'layotgan voqea-hodisalarni kimningdir ko'zi bilan bo'lsa-da ko'rgisi" kelgani tufayli bu janrga ehtiyoj tug'ilgan.

Sayohatnoma (yo'l ocherki)ning asosiy xususiyati — safar davomida muallif ko'rgan voqealarini, uchrashgan odamlari bilan qilgan suhbatlarini, turli shahar, qishloq, mamlakatlardan olgan taassurotlarini ma'lum tizimga solib, muayyan nuqtai nazardan yoritishdir. Shundan kelib chiqib, yo'l ocherkining yana bir muhim xususiyati ko'zga tashlanadiki, u ham bo'lsa yul ocherkining ma'rifiy xarakterga ega ekanligidir.

Sayohatnomalar (yo'l ocherki)ning dastlabki namunalari hatto X-XI asrlardayoq paydo bo'lgan. Badaxshonlik Nosir Xusravning fors tilida yozilgan "Sayohatnoma"si, arab sayyohi Ibn Battutaning ko'rgan-kechirganlari tasviri mana shu janrga mansubdir. O'zbek tilida yo'l ocherkining talaygina unsurlarini Zahiriddin Muhammad Boburning "Boburnoma" asarida uchratish mumkin. Adabiyotning janri hisoblangan she'riy sayohatnomalarga Muqimiyning "Sayohatnoma"si singari asarlar yorqin misol bo'la oladi. Rus sayohatnomalari (yo'l ocherki)ning rivojiga N.Novikov, A.Bestujev, A.Pushkin, Goncharov, A.Chexov kabi yozuvchi va publitsistlar hissa qo'shganlar. Xususan, A.Pushkinning "Arzirumga sayohat", A.Chexovning "Sibir bo'ylab", "Saxalin oroli", Goncharovning "Pallada" kabi yo'l ocherklari mashhurdir. Demokratik ruhdagi rus yozuvchilarining yo'l ocherkiga xos xususiyatlardan biri ularning yozganlarida voqea-hodisalarga g'oyaviy jihatdan munosabat bildirish yetakchilik qilgan. Shunchaki ko'rgan, eshitgan narsasini g'oyaviy maqsadsiz qayd qilishni, ya'ni ijtimoiy hayotni munosabatsiz tasvirlashni behuda mashg'ulot deb sanaganlar. Rus demokrat yozuvchisi

Gersenning “Janob Vedrinning yo‘l bitiklari” (“Puteviye zapiski g-na Vedrina”) felyetonida bunday ocherklar ustidan kulingan. Demak, ular muallifning dunyoqarashi, nuqtai nazarini yo‘l ocherklarining materiallarini tanlashda asosiy mezon deya hisoblaganlar.

O‘zbek matbuotida sayohatnomalar (yo‘l ocherklari) dastlab “Turkiston viloyatining gazetisi” nashrida paydo bo‘ldi. Mazkur gazetada, asosan, mustabidlarning g‘oyaviy maqsadlariga mos keladigan sayohatnoma (yo‘l ocherki) bosilgan. Chunonchi, Yevropa (jumladan, rus) madaniyatini, turmush tarzini, ilm-fanini, texnikasini maqtab, targ‘ib qiluvchi, rus tili va adabiyotini ko‘klarga ko‘taruvchi yo‘l ocherklaridan maqsad, Chor Rossiyasining mustabidlik siyosatini xaspo‘slash, mahalliy aholida kolonial tuzumga nisbatan ko‘nikma tuyg‘usini shakllantirishdan iborat edi. “Turkiston viloyatining gazetisi”da bosilgan aksari sayohatnomalar zaminida mahalliy aholi turmush tarzi, tarixi, qadriyatlari, e‘tiqodiga nisbatan salbiy munosabat uyg‘otish g‘oyasi yashiringan bo‘lardi. Jumladan, mazkur gazetaning xodimi mulla Olim Abulqosimovning Farg‘ona bo‘ylab sayohatnomalarining zaminida mustabidlarning Turkistonda olib borayotgan kolonial siyosatini oqlash istagi aniq ko‘rinib turgan: o‘lkani ruslar zabt etganidan so‘nggina bu yerga tinchlik, farovon hayot, chinakam madaniy turmush, ijtimoiy taraqqiyot kirib keldi, degan g‘oya ustuvorlik qilgan. (Mulla Olim Abulqosimov 1870 yilda ushbu gazetaga ishga olinib, u chiqishdan to‘xtaguncha xizmat kilgan). Turli savdogarlar, boylar tijorat maqsadida Rossiya yoki Yevropa bo‘ylab sayohat qilganlarida mana shunday g‘oya singdirilgan “sayohatnoma”lar yozib (yoki ularning nomidan yozilib) “Turkiston viloyatining gazetisi”da chop qilinardi. 1898 yil avgust oyida Moskvada podnyux, Aleksandr II ga haykal qo‘yilish marosimida qatnashish uchun Turkistondan bir guruh, mahalliy aholi vakillari yuboriladi. Ular qaytib kelgach, gazetaning 1898 yil 6 oktabr sonida sayohatlari asnosida ko‘rgan-bilganlarini oshirib-toshirib yozishgan. Jumladan, Rossiyaning turli viloyatlaridan borgan vakillar qatori turkistonliklar ham ziyofatda qatnashadilar va bundan hayajonga kelib quyidagicha hikoya qilishadi: Nikolay II va uning zavjasi (rafiqasi) imperatritsa marosimda qatnashayotgan kishilarning ayrimlari bilan so‘rashishadi, u-bu degan bo‘lishadi. “... bizlar yaqinroqda qator turdik”, – deb hikoyani davom ettiradi ular. — Malika muhtarama hama xalqiga xulqi xush birlan tavoze‘ qilib va podshoh; imperatur a‘zam har kimdan alohida bir-bir ahvol pursish qilib (so‘rab. - B. D. Bundan keyin keladigan izohlar ham ushbu muallifniki.) o‘lturg‘on mehmonlar oralaridan o‘tub har qaysilariga iltifot va marhamat birlan qaysi viloyatdin va qaysi yerdin kelganlarini bilib so‘rab, bandanavozlik qildilar”. Bu so‘zlarni o‘qigan turkistonlik mahalliy aholi o‘sha yili may oyida bo‘lgan Dukchi eshon isyonini munosabati bilan qanchadan-qancha kishilarni dorga tortgan, Sibirga badarg‘a qilgan qonxo‘r Nikolay II ni tanimay “Bu haqiqatan o‘sha zolim podshohmi, yo boshqami?” deyishi turgan gap edi. Dukchi eshon isyonidan keyin mustabidlar Rossiyaning ulug‘vorligini, qudratli davlat ekanini o‘z ko‘zlari bilan ko‘rib, ishonch hosil qilsin va isyon ko‘tarish behuda ish ekanligiga iqror bo‘lsin, degan maqsadda rus-tuzem maktablarining o‘quvchilarini (bunday maktablarda mahalliy aholi bolalari o‘qigan) ichki Rossiyaga sayohat qildirish, ko‘rgan-eshitganlarini boshqalarga ham yetkazish uchun “Turkiston viloyatining gazetisi”da ularning “sayohatnoma”larini bostirishni 1899 yildan tashkil qilgandi.

XX asrning boshlarida o'zbek milliy matbuoti paydo bo'lgach, unda chop qilingan sayohatnomalar (yo'l ocherki)ning g'oyaviy maqsadi, mazmun-mundarijasi ham tamoman o'zgardi. Odatda, bunday ocherklarning "vujudi"ga mustabidlik kishani solingan mahalliy aholining erki, mustaqilligi uchun kurash, uni baxtli hayotga erishtirish g'oyasi singdirilgan. Mahmudxo'ja Behbudiyning 1914-1915 yillari "Oyina" jurnalida chop etilgan "Sayohat xotiralari" yo'l ocherkida taraqqiyparvar (jadidlar)ning ilgari surgan g'oyalari o'z aksini topgan. Eng avvalo, qaysi mamlakat yoki shahar haqida so'z yuritsa, u yerdagi maktab-madrasalar, madaniyat va matbuot to'g'risida ma'lumot beradi, mulohazasini bildiradi. Bu jadidlarning o'z davrida tamadduniyatning ushbu unsurlarini ijtimoiy taraqqiyotning asosiy belgilaridan biri sifatida qabul qilganini ko'rsatadi. Muallif turkmanlar yashaydigan cho'llardan o'tib borarkan, ularning turmush tarziga e'tibor qaratadi: "Yo'l ustindagi turkmanlarni boshindagi (uzunligi uch yarim qarish, eni ikki ko'rishdan ziyoda) telpagidan boshqa ko'rgu yeri yo'q, faqat hanuz belidagi aksariyat ila xanjari bordur. Ammo alar xanjar o'rniga qalam tutish zamoni kelganini bilmaydurlar. Ko'z oldidagi madaniyat asari bo'lgan shahar va otash arobadan ibrat olmaydurlar".

Shu tariqa, Mahmudxo'ja Behbudi y zamonaviy ko'rinishdagi yo'l ocherki (sayohatnomasi)ni yaratdi. Unda muallifning pozitsiyasi, nuqtai nazari yorqin aks etishi bilan birga, realistik (haqqoniy) tasvir ustuvorlik qiladi.

O'zbek sayohatnomalari taraqqiyotining navbatdagi bosqichi XX asrning 40-yillaridan boshlanadi. Bu davrda o'zbek yozuvchilari, olimlari turli delegatsiya tarkibida xorijiy mamlakatlarga borib, ko'rgan-kechirganlarini yo'l ocherki tarzida e'lon qildilar. Yozuvchi Oybekning Pokistonga, Abdulla Qahhorning Hindistonga sayohati asnosida yuzaga kelgan sayohatnomalarida mualliflarning keng bilimi, teran salohiyati bilan birga, xorijiy mamlakatlar turmushiga kompartiya mafkurasi yo'rig'idan qaragani ham sezilib turadi. Akademik Vohid Zohidov, professor Laziz Qayumovlarning Amerika taassurotlarida ham bunday tuyg'u oshkora bilinadi. V.Zohidov safarnomasi sarlavhasini hatto "Amerikasini ham ko'rdik!" deya nomlagandi. Bu xil yondashish deyarli Vatanimiz mustaqilligigacha davom etdi.

O'zbekistan davlat mustaqilligiga erishgandan so'ng paydo bo'lgan yo'l ocherklari (sayohatnomalar) xolis yozilishi bilan ajralib turadi. Yozuvchi va publitsist Ahmadjon Meliboyevning "Yo'l bo'lsin, Amerika!", adib Muhammad Alining "Men ko'rgan Amerika", yozuvchi Dadaxon Nuriyning "Pokiston "Oltin devor" tirqishidan", jurnalist T.Rahmatullayevning "Amerika jurnalist nigohida", pedagog va publitsist Nazira Qurbonning "Okean ortida o'n besh kun", "Chin sarhadlari bo'ylab", "Peterburg xotiralari" sayohatnomalari shunday xususiyatga ega.

Felyeton

Jurnalistikadagi har bir janr jurnalistik yoki publitsistik materialni tayyorlash jarayonida muallif qo'llaydigan metodlar majmuasi sifatida namoyon bo'ladi. Aytaylik, axborot janrlari turkumiga kiruvchi reportaj auditoriyani voqelik, hayotda ro'y bergan va albatta, ijtimoiy ahamiyatga molik voqea yoki hodisa to'g'risida xabardor etadi. Demak, mazkur janrda asosiy metod — kuzatuvdir. Biroq jurnalistika ijodiy soha ekanini unutmashlik darkor. Shunday ekan, undagi hech bir janr qat'iy, ya'ni "temir" qonun-

qoidalar bilan chegaralangan emas. YA'ni ma'lum janrga xos xususiyat boshqasida takrorlanishi, yangi elementlar, metod va stilistika bilan to'ldirilishi, janrlar takomillashib borgan sayin yangi janrlar hosil qilishi mumkin.

Badiiy publitsistikaning hajviy publitsistika bilan umumiy jihatlari ko'p. Felyetonni ularning o'zaro umumiy jihatlaridan o'sib chiqqan janr, deyish mumkin. Felyeton hayotda ro'y berayotgan noxush holatlar, noloyiq voqealarga jurnalist-muallifning satira va yumor orqali munosabat bildirishidir. Felyetonning o'ziga xos muhim jihatlaridan biri – u ijtimoiy tanqidni amalga oshiradi.

Hajviy publitsistikaning alohida janrlaridan biri felyetondir. Felyeton matbuotda ham, ijtimoiy hayotda ham muhim ahamiyat kasb etadi. Hayotning barcha sohalarida uchraydigan nuqsonlar, kamchiliklar, ijtimoiy illatlarni keskin tanqid qiladi. Mavjud kamchilik va nuqsonlarga jamoatchilikning diqqat-e'tiborini qaratadi. Pirovardida, shu nuqsonlarning bartaraf etilishiga, shu orqali jamiyat taraqqiyotiga hissa qo'shadi.

“Felyetonning publitsistikaning ijtimoiy va boshqa turlarida qo'llaniladigan tanqidiy maqola va boshqa janrlarga oid materiallaridan farqi uning hajviy publitsistika qonuniyatlariga asoslanishi, ya'ni, ijtimoiy kulgi, satira va yumor vositalariga tayanishidadir. Ijtimoiy kulgining xil va ko'rinishlari turlicha bo'lib, ular orasida kinoya, piching, hazil, yengil kulgi kabilar bilan bir qatorda zaharxandali kulgi, ijtimoiy masxaralash, grotesk (ataylab bo'rttirilgan kulgi), hattoki ayrim haqoratomuz so'zlardan foydalanish kabi hajv vositalari ham mavjuddir. Felyetonda ijtimoiy kulgining ana shu serqirra usullaridan keng foydalaniladi”¹.

Felyetonni boshqa janrdagi asarlardan farqlab turadigan jihatlar ko'p. Shulardan biri pichingdir. Piching o'zi nima? Undan badiiy tasvir vositasi sifatida felyeton qahramonining fe'l-atvoridagi illatlarni bo'rttirib ko'rsatish maqsadida foydalaniladi.

Chindan ham, ulug' adib Abdulla Qodiriy o'zining ko'pgina tanqidiy maqolalari, felyetonlarida pichingdan juda o'rinli foydalangan. Masalan, uning “Qizil O'zbekiston” gazetasining 1933 yil 12 avgust sonida “Yo'lovchi” imzosi bilan bosilgan “O'zi xon – ko'lankasi maydon” sarlavhali felyetonida “O'tkun» kolxozi raisi Tojiboy Yorqoriyevning illatlarini fosh qilar ekan, gapni uning bir paytlar mansabdor bo'lgan otasining ham xuddi o'g'li kabi poraxo'r bo'lganini piching aralash eslatib o'tish bilan boshlaydi.

Xuddi shu kabi kinoya, kesatik, qochirim jumlar ham mazkur janrdagi asarlarning ta'sirchanligini oshiradi, o'quvchini o'ziga jalb etadi.

Davriy matubotda “felyeton” atamasi paydo bo'lganida (tadqiqotchilarning fikricha, taxminan, XVIII asrda), felyeton hali janr emasdi. Felyeton fransuzcha so'z bo'lib, “varaqa” ma'nosini anglatadi. Dastlab gazeta sahifasining pastki qismida joylashtirilib, yo'g'on chiziq bilan ajratilgan maxsus ilovalar felyeton, deb yuritilgan. Ushbu ilovada turli janrdagi materiallar, xususan, hisobot, taqriz, badiiy sharh va boshqalarni uchratish mumkin edi. Vaqt o'tishi bilan felyeton atamasi faqat bir turdagi matnlarga nisbatan qo'llaniladigan bo'ldi.

Felyeton Yevropa matbuotidan rus matbuotiga, undan milliy matbuotimizga ko‘chgan. Yurtimizda dastlab paydo bo‘lgan “Turkiston viloyatining gazetasi”da felyeton rukni ostida berilgan materiallar ham sahifaning “podvali”da berilar edi. Hatto ayrim adabiy mavzudagi materiallar, jumladan, shoir Maxtumdul va Ogahiy haqidagi maqolalar ham “felyeton” rukni ostida berilgan. Keyinchalik, mazkur rukn nuqsonlar, kamchiliklar fosh etilgan materiallarga qo‘yila boshlandi. Endi u hajviy publitsistik janrga aylandi.

Zabardast felyetonchilar bu janrning davriy matbuotdagi ahamiyati va qimmatini yanada oshirdi. Felyeton haqida to‘lik va mukammal tasavvur hosil qilish uchun bu janrning xususiyatlarini birma-bir ko‘rib chiqsak.

Felyetonga xos birinchi jihat uning tili hisoblanadi. Publitsistik bayon uslubi, badiiy ibora va ifodalar, umuman olganda, badiiy-publitsistik janrlarning barchasida qo‘llaniladi. Lekin felyetonda material mavzusi, unda tilga olinuvchi voqea, holat, qahramonlarni obrazlar yordamida ifodalash xususiyati ustuvordir. Ilmiy adabiyotlarda felyeton janriga berilgan ta’riflarning birida shunday deyiladi: “Felyeton bu – satirik va dolzarblik xususiyatlariga ega badiiy-publitsistik janr. Unda ijtimoiy illat fosh etiladi va kulgi vositasida tanqid ostiga olinadi. Har qanday badiiy-publitsistik janr singari felyeton o‘quvchiga emotsional-obrazli ta’sir ko‘rsatishi kerak”.

Felyetonda muammo yoki illat obrazli qilib ifodalansa-da, lekin o‘quvchi uni tez, qiyinchiliksiz tanishi kerak. Bu felyetonchidan katta mahorat, sinchkovlik va albatta, so‘z qo‘llash borasida o‘tkir did, bilimdonlikni talab etadi. Felyeton uchun tanlanadigan mavzu ham uning o‘ziga xos jihatlarga kiradi.

“Ijtimoiy kulgining xil va ko‘rinishlari turlicha bo‘lib, ular orasida kinoya, piching, hazil, yengil kulgi kabilar bilan bir qatorda zaharxandali kulgi, ijtimoiy masxaralash, grotesk (ataylab bo‘rttirilgan kulgi), hattoki ayrim haqoratimiz so‘zlardan foydalanish kabi hajv vositalari ham mavjuddir. Felyetonda ijtimoiy kulgining ana shu serqirra usullaridan keng foydalaniladi. Felyeton o‘zining bu xususiyati bilan jiddiy tanqidga asoslangan boshqa materiallardan ustun turadi va ommaviy bo‘ladi”.

XX asr o‘zbek publitsistikasida felyeton alohida o‘rin tutadi. “Mazkur janrning vujudga kelishi va taraqqiy etishida atoqli taraqqiyparvar ijodkorlar M.Behbudiy, M.Abdurashidxonov, I.Obidov, A.Avloniy, H.H.Niyoziy, Cho‘lpon va boshqalar katta xizmat qildilar. Mashhur o‘zbek adibi A.Qodiriy yigirmanchi yillarning (o‘tgan asrning yigirmanchi yillari — S.A) mohir felyetonchisi sifatida samarali ijod qildi”. Xususan, uning “Mushtum” jurnalining 1925 yil 10-sonida chop etilgan “Milliy ashulachimiz” Muhiddin Qori Italiyadan o‘qib qaytdimi?” nomli asari felyetonga yaqqol misol bo‘ladi. Bu felyeton adibning 1969 yil G‘afur G‘ulom nomidagi badiiy adabiyot nashriyotida nashr etilgan “Kichik asarlar” to‘plamiga “Milliy ashulachimiz” falonchi Italiyadan o‘qib qaytdimi?” sarlavhasi bilan kiritilgan. Unda tahririyatning “Bu asar yozuvchining tarjimai holiga oid material tariqasida bosilmoqda. Unda tilga olingan shaxsni ko‘rsatib o‘tirmasdan, “falonchi” deb qo‘ya qoldik. U shaxs yozuvchi ko‘rsatgan kamchiliklardan o‘sha vaqtdayoq xalos bo‘lgan edi” degan kichik izoh ham berilgan.

Asarda felyetonga xos ko'pgina unsurlardan foydalanilgan.

Masalan, muallif qahramonining kiyinishi, yurish-turishini tasvirlar ekan, istehzo bilan: "Boshida amerikanacha shlyapa, qo'lida fil tishidan ziynatlangan tayoq, kiyim-bosh judayam qo'ling o'rgilsin", — deb yozadi.

Felyeton mashhur san'atkor haqida. U respublika xalq artisti unvoniga ega. Bir qaraganda oddiy hol. Lekin mahoratli yozuvchi shu faktdan ham juda ustalik bilan foydalanib, uni felyetondan ko'zlangan maqsadga "yo'naltirib" yubora olgan.

"Bizda haligacha bir tuzukroq ashulachi chiqqani yo'q edi, — deb yozadi Abdulla Qodiriy, — bunga majburan bo'lsa-da, xalq ashulachisi nom berdik, hatto oliy muassasalarimiz xalq ashulachisi unvonini berib, 17-mas'ul ishchilar stavkasi bidan oylik belgiladilar..."

Keyingi jumlada kinoya usulidan foydalanilgan, ya'ni muallif san'atkorning Yevropaga ketishini tasvirlar ekan, "u" yoki ismini aytib, "Falonchi" demasdan, aynan unvoni bilan atab, shunday yozadi: "Xalq ashulachisi xayrlashib, Italiyaga jo'nadi"1.

Nazorat savollari:

1. *Badiiy-publitsistik janrlar tasniflab bering.*
2. *Badiiy-publitsistik janrlarda obrazlilikni qanday tushunasiz?*

Mavzusi yuzasidan savollar:

1. Badiiy-publitsistik janrlar tasniflab bering.
2. Badiiy-publitsistik janrlarda obrazlilikni qanday tushunasiz?
3. "Badiiy publitsistik janrlarni o'rganish, obrazli talqin qilish" mavzusi yuzasidan savollar:
4. Badiiy-publitsistik janrlarni ta'riflab bering.
5. Badiiy-publitsistik janrlar tarkibiga kiruvchi janrlarni sanab bering.
6. Badiiy-publitsistik janrlarning xususiyatlari haqida nimalarni bilasiz?
7. "Badiiylik" va "publitsistika"ga ta'rif bering.
8. Ocherk qanday janr?
9. Ocherkning qaysi turlarini bilasiz?
10. Yo'l (safarnoma) очерkidan misollar keltiring.
11. Portret очерkning xususiyatlari.
12. Muammoli очерk haqida nimalarni bilasiz?
13. Ocherkda badiiy to'qima bo'lishi kerakmi?
14. Zamonamiz qahramonlari haqida nimalarni bilasiz?
15. Taniqli очерknavislardan kimlarni bilasiz?
16. Ocherk tadqiqotchilari haqida gapirib bering.
17. Felyetonning janr xususiyatlari.
18. Felyeton janrida ijod qilgan jurnalistlardan kimlarni bilasiz?

4. PUBLITSISTIK JANRLARNING KOMMUNIKATIV METODI

Publitsistik janrlar tasnifi.

Jurnalistika nazariyasi va amaliyotida publitsistika, uning ma'nosi, maqsadi va ish faoliyati haqida olim va soha mutaxassislari orasida hozirgacha juda ko'plab bahs+munozaralar davom etmoqda. Jurnalistika nazariyasining yetuk olimlari, professorlar YE.I.Jurbina, V.V.Uchyonova, YE.P.Proxorov, V.M.Goroxov, S.M.Gurevich, S.S.Korkonosenko, A.A.Tertichniy, V.V.Voroshilov, O.Tog'ayevlar ilmiy tadqiqot, darslik, o'quv qo'llanmalarida o'z nuqtai nazarlaridan kelib chiqib baho berganlar. Aytish kerakki, publitsistikaga jurnalistlar, hatto ba'zi olimlar ham aksariyat hollarda janr sifatida qarashadi, ammo buni to'g'ri fikr deb bo'lmaydi.

Publitsistika (lot. publicus- ijtimoiy) — davrning ijtimoiy-siyosiy va boshqa dolzarb masalalariga bag'ishlangan adabiy ijod turi. Publitsistikaning vazifasi o'quvchi, tinglovchi yoki tomoshabinda ijtimoiy fikr uyg'otish va uni shakllantirish, ma'lum maqsadga yo'naltirish, hujjatli fakt va ma'lumotlar asosida voqelik manzarasini yaratishdan iborat. Hozirgi zamon ijtimoiy hayoti, unga aloqador o'tmish va kelajak faktlari publitsistikaning predmeti hisoblanadi. "Publitsistikaning vazifasi jamiyat hayotida shu kun, ayni zamonda yuz bergan voqealar, hodisalar haqida jamiyatni xabardor qilish, undagi mavjud masalalar, muammolar bo'yicha jamoatchilik fikrini uyg'otishdan iboratdir".

Hayotda ijtimoiy faoliyat, ong qarashlarning salmog'i ortgan sari publitsistning, ya'ni ijodkorning voqelikka faol aralashuvi, fikrni bevosita oshkora, dangal ifodalash tamoyili ham oshdi. Publitsistika fan, san'at, adabiyot asarlari tarkibida ham o'zini namoyon etmoqda. Keyingi yillarda publitsistik roman, pyesa, kino asarlari paydo bo'lishi kuzatilmoqda. Publitsistika asosan matbuotda o'z aksini topadi va u ta'sirchan vositalardan biri hisoblanadi. Voqelik faktlarini mantiqiy va obrazli umumlashtirib ifodalovchi maqola va boshqa yirik asarlarga emas, balki matbuot janrlarining deyarli hammasi ham publitsistikaga kiradi. Publitsistika mavzu xususiyatlari jihatidan falsafiy-siyosiy, iqtisodiy, ma'naviy-axloqiy, adabiy, tanqidiy; uslub jihatidan bahs-munozarali, tashviqot-targ'ibot, tanqidiy-tahliliy, hajviy ko'rinishlarga ega. Publitsistika janr jihatidan voqeyi-informatsion (xabar, reportaj, hisobot), tahliliy (maqola, korrespondensiya, sharh), badiiy-publitsistik (ocherk, lavha, felyeton, pamflet) turlarga bo'linadi. Publitsistika ijodkor tomonidan hayot faktlarini chuqur taxlil va tadqiq etish, ya'ni ijtimoiy-publitsistik tadqiqot orqali voqelikni kashf etadi. Shu jihatdan u ijtimoiy fanga yaqinlashadi. Publitsistika ilmiy-nazariy xususiyatlarga ega bo'lishi, u yoki bu fan masalalarini publitsistik maqola tarzida talqin va tashviq etishi mumkin. Publitsistikaning shakli, ichki tuzilishi mantiqiy tafakkur va obrazlilikning o'zaro birikuvidan iborat. Publitsistikada obraz o'ziga xos meyorda qo'llanadi. Publitsist shaxsiyati taniqli adib

shaxsiyati singari o'zining boy ichki dunyosi, nuqtai nazari, mushohadaga boyligi bilan namoyon bo'ladi.

O'zbekiston o'z siyosiy mustaqilligini qo'lga kiritganidan keyin, o'zbek milliy jurnalistikasida ham o'ziga xos ijobiy o'zgarishlar kuzatildi. An'anaviy sharhlash jurnalistikasi o'rniga yangiliklar jurnalistikasi paydo bo'ldi. Natijada publitsistik janrlarning axborot janrlariga ko'proq o'rin bera boshlandi. Ilgari gazetalar sahifalarida yirik-yirik maqolalar bosilar, ularda mazmunga nisbatan shakl ustuvorroq Natijada publitsistik janrlarning axborot janrlariga ko'proq o'rin bera boshlandi. Ilgari gazetalar sahifalarida yirik-yirik maqolalar bosilar, ularda mazmunga nisbatan shakl ustuvorroq edi. Publitsistika keyingi yillarda yuqori bosqichga ko'tarildi. Ozod Sharofiddinov, O'tkir Hoshimov, Ibrohim G'afurov, Xurshid Do'stmuhammad, Ahmadjon Meliboyev, Murod Abdullayev, Yoqubjon Xo'jamberdiyev, Habibullo Olimjonov, Bekqul Egamqulov, Abdunabi Haydarov, Karim Bahriyev va boshqalar o'zlarining dolzarb, muammoli tahlili-tanqidiy maqolalari bilan o'zbek publitsistikasiga munosib hissa qo'shdilar.

Shu yerda ozgina lirik chekinish qilishga to'g'ri keladi. Katta avlod vakillari juda yaxshi eslashadi, o'tgan asrning 80-yillari o'rtalarida mamlakatda "qayta qurish" davri boshlandi. Sobiq sho'rolar davri sekin-asta tanazzulga yuz tuta boshladi. Quyidagilar eskichasiga yashay olmay, yuqoridagilar esa yangichasiga boshqara olmay qoldi. Qayta qurish bahonasida mamlakatda siyosiy vaziyat bir muncha yumshagandek bo'ldi. Boshqa sohalar qatorida ommaviy axborot vositalariga ham keng yo'l ochildi. 1984-1985 yillarda gazetalar adadi yuqori darajagacha ko'tarildi. "O'zbekiston adabiyoti va san'ati", "Turkiston" gazetalarining adadi shu paytlarda bir millionga yaqin bordi. Odamlar ertalabdan gazeta do'konlari oldida navbatda turishar edi. Radio, televideniye dasturlari orqali dolzarb mavzudagi eshittirishlar, ko'rsatuvlar berila boshlandi. Matbuot, radio, televideniya oddiy odamlarning fikr, munosabat, munozaralari ham berila boshladi.

O'shanda matbuotda eng dolzarb mavzularda, xalq, oddiy odamlarning dardi, mustabid davrning o'ta shafqatsiz siyosati haqida turli chiqishlar bo'ldi. Masalan, qo'shni Afg'onistondagi qonli urushlarning o'zbek oilalarining boshiga kulfat keltirayotgani, bu mamunsiz urushidan o'ligi temir tobutlarda kelayotgan o'zbek o'g'lonlarining ota-onalari, yoru birodarlarining ko'kka chiqqan fig'oni, Rossiyada harbiy xizmat o'tayotgan o'zbek yigitlari millatchilik, ayirmachilik oqibatida halok bo'layotgani haqidagi o'tkir maqolalar berib borildi. Shuningdek, Orol dengizi qurib, yerlar sho'rlanib, foydalanishga yaroqsiz bo'lib qolayotgani, ekologik vaziyat izdan chiqayotgani, Orolga nisbatan bu kabi loqaydlik yaqin kelajakda o'nnglanib bo'lmas og'ir oqibatlarga olib kelishi muqarrarlighi ham matbuotdagi eng og'riqli, ta'sirchan chiqishlar bo'ldi.

Keyingi bosqich, ya'ni 2000-2012 yillar oralig'ida bosma nashrlarda o'zida juda katta muammolarni aks ettirgan publitsistik maqolalar ko'pining sonli gazeta o'quvchilarining e'tirofiga sazovor bo'ldi. Masalan, ijtimoiy muammolar (qishloq joylaridagi gaz, svet yetishmovchiligi, gender tenglik masalalari, ichimlik suvi taqchillighi)ni o'z ichiga olgan publitsistik maqolalar ko'pchilikka ma'qul bo'ldi. Yuqorida aytib o'tilgan publitsistlar o'zlarining bor mahoratlarini ishga solgan holda,

mazmunli, dolzarb maqolalari bilan omma orasida ijtimoiy fikr uygʻotib, bu muammolarning yechimini topishga katta hissa qoʻshdilar.

Har bir ijodkorning uzoq yillik mehnatlari davomida shakllangan yozish uslubi boʻladi. Masalan, bir ijodkor dolzarb mavzudagi maqola yozishni yaxshi koʻrsa, boshqa bir jurnalist zamona qahramonlari obrazini yaratishni istaydi. Boshqa biri tanqidiy publitsistika ustida ishlashni yoqtiradi. Jurnalist faoliyatida publitsistik usullar ijodda alohida ahamiyat kasb etadi.

Aytish kerakki, jurnalist faoliyati keng qamrovli soha boʻlib, bu faoliyatni toʻliq amalga oshirish uchun ijodning barcha turlari bilan ish olib borish lozim boʻladi. Masalan, ijodning badiiy usuli, ijodning ilmiy, publitsistik usuli va boshqalar.

Bevosita ushbu mavzuni toʻlaqonli ochib berish uchun jurnalist faoliyatida publitsistik usullar haqida toʻxtalib oʻtamiz.

Jurnalistikada publitsistik usul keng qoʻllaniladi. Publitsistikasiz jurnalistikani tasavvur qilib boʻlmaydi. Publitsistikaga jurnalistika sohasi boʻyicha olimlar tomonidan turlicha taʼriflar berilgan. Professor Proxorov YE.P. “Vvedeniye v teoriyu jurnalistiki” nomli kitobida “Publitsistika (lotincha “publicus” — jamoatchilik, xalqchilik, ommaviylik soʻzlaridan olingan) jamoatchilik fikrini dolzarb tarzda aks ettiradigan ommaviy ong tarkibiy qismlaridan boʻlgan faoliyat tizimi sifatida shakllangan, jamoatchilik fikrining “bogʻlovchisi”; bu — publitsistikaning ijod sifatida oʻziga xos xususiyatlari; barcha koʻrinishlari, janri, uslublarini aniqlab beradi” — deb yozgan.

Professor O.Togʻayev publitsistikaga shunday taʼrif bergan: “Publitsistika lotincha “ijtimoiy”, degan maʼnoni anglatadi. Publitsistika fan, sanʼatdan keyingi uchinchi ijod turi boʻlib, oʻz funksiyasi va predmetiga egadir. Publitsistikaning vazifasi:

1) ijtimoiy fikr uygʻotish, uni shakllantirish, maʼlum maqsadga yoʻnaltirish 2) hujjatli fakt-maʼlumotlar asosida voqelik manzarasini, zamon tarixini yaratishdan iboratdir”. Shu yerda qoʻshimcha qilish mumkinki, publitsistika oʻquvchining ongigagina taʼsir qilibgina qolmasdan, his-tuygʻularini ham uygʻotadi. Bunda u badiiy adabiyot vositalaridan unumli foydalanadiki, baʼzida publitsistik asarni oʻqigan kishi badiiy asar oʻqigandek his qiladi oʻzini. Publitsistikaning bu koʻrinishi badiiy publitsistika ham deb aytiladi. Bir paytlari matbuot, baʼzida toʻplamlarda koʻplab badiiy ocherklar oʻz ifodasini topgan. Bunda muallif zamona qahramoni obrazini yaratganda, koʻpincha badiiylikka urgʻu berar, ocherk oʻqilganda, badiiy asarni eslatardi. Masalan, taniqli adib Odil Yoqubovning qator ocherklari, bir necha qissa, qator ocherklari bilan tanilgan Nazir Safarovning “Uzoqni koʻzlagan qiz” (mashhur terimchi T.Oxunova haqidagi) ocherklari, Yoʻldosh Shamsharovning xoʻjalik rahbarlari haqidagi ocherklarini misol sifatida keltirish mumkin. Baʼzida matbuotda ocherklardagi badiiylikning ustuvorligi haqida bahs-munozara boʻlganida, aksariyat yozuvchilar ocherklarning qiziqarli oʻqilishi uchun bu jihatga koʻproq eʼtibor qaratganlarini aytishdi. Toʻgʻri, ocherk, shuningdek, felyeton ham badiiy-publitsistikaning mahsuli, lekin bu toʻlaqonli badiiylik, degani emas. Bizningcha, har bir publitsistik janrda qalam tebratadigan ijodkor janr nuqtai nazaridan

kelib chiqib, meyorga rioya qilishi kerak. YA'ni ocherk ocherkka o'xshasin, qissa esa, qissaning talabiga javob bersin.

Aytilganlardan kelib chiqib, shunday xulosa chiqarish mumkin: jurnalistik faoliyat publitsistik usullar asosida amalga oshiriladi.

Publitsistikada yangi fikr bo'lishi kerak. Yuqorida ta'kidlab o'tilganidek, publitsistika dolzarb mavzuda bo'lishi va u o'quvchida yaxshi taassurot qoldirishi lozim. Uning muhimligi ham shunda.

O'tgan asrning 70-80-yillarida matbuotda g'alati bir an'ana paydo bo'lgan edi. Markaziy gazetalarning qariyb bir sahifasini to'liq egallagan holda "Publitsistika" rukni ostidagi materiallar tez-tez chiqib turar, ularda asosan kommunistik partiya yoki biror arbob tilga olinib, ular balandparvoz gaplar bilan madh etilar edi. O'shanda bu yirik maqolani janr sirasiga kiritganlar ham bo'ldi. Vaholanki, publitsistika alohida janr emas, balki mazmunni yetkazish uchun asosiy vositadir. U janrlarni yanada dolzarb, ta'sirchan bo'lishini ta'minlab turadigan muhim omil hisoblanadi. Publitsistik ruh ufurib turadigan har bir maqola yoki ocherkda aniqlik (bu yerda yangi, real faktlarning o'rni borligini ham unutmaslik lozim) ko'tarinkilik, yangilikka intilish, o'z kasbiga ishtiyoq, yashashga undash kabi xususiyatlar borki, bular iborali qilib aytganda, bamisoli har bir maqola yoki ocherkning tomirida oqib turgan toza qondir. Tajribali, qalami o'tkir jurnalistlarga publitsistik usullardan unumli foydalanib, o'quvchilariga manzur bo'ladigan ijod namunalarini yaratishlari mumkin.

Albatta, jurnalistika sohasi bo'yicha olim, mutaxassislarning publitsistikaga imkon darajasida ta'rif bermaslaridan oldin ham (hozirgacha publitsistikaga aniq-tiniq ta'rif berilmagan — Y.H.) publitsistika mavjud bo'lgan va u ma'lum axborot ko'rinishlarida ommaning o'y-fikri, orzu-istaklarini ifoda etgan.

Ommaviy axborot vositalari yildan-yilga rivojlanib, ularning ko'lami kengayib, shakli, hajmi o'zgarib boravergani bilan publitsistika o'z mavqeiga egaligicha qolaveradi. U hamma vaqt, har bir zamon uchun dolzarb va muhimdir.

Agar o'zbek jurnalistikasining tarixiga nazar tashlaydigan bo'lsak, har bir davrda ham publitsistikaga doimo ehtiyoj bo'lgan. Davr o'zining solnomachilari — muxbiri yoki yozuvchilari bilan o'sha davr voqea-hodisalarini publitsistik usullar orqali aks ettirgan. Masalan, gazetada bosilgan biron-bir maqola jamoatchilikda albatta ijtimoiy fikr uyg'otgan, ularning istak yoki xohishini ifoda etib, ma'lum maqsad sari yo'naltirgan. Yana bir muhim jihat: bular hayotda albatta bor, ro'y bergan voqealarni real tasvirlash asosida ifoda etilgan. U o'ylab topilgan yoki to'qib chiqarilgan bironta hikoya emas. Ular hayotda bor, real odamlar, voqealar misolida aniq faktlar bilan dalillangani uchun ham hujjatlidir. "Hujjatlilik deganda, ayon va aniq faktlarga asoslanish, ijtimoiy taraqqiyotdagi intilishlarni to'g'ri va haqqoniy aks ettirish, xullas, matbuot yaratayotgan zamon manzarasining ishonchliligi nazarda tutiladi".

Ko'rinib turibdiki, publitsistikada qalamga olingan barcha voqea-hodisalar aniq dalil, ma'lumotlar asosida ifoda etiladi va publitsistikaning ishonchligigi, kuchi ham shunda.

Bulardan tashqari, odatda biror-bir maqola tayyorlanib, gazetada bosilganda, unda maqola janriga qo'yiladigan barcha talablar jamlangan bo'ladi. Ikkinchidan, maqolaning qiziqarli, o'qishli bo'lishi uchun esa, unda publitsistik ruh bo'lishi kerak. Bu endi — jurnalistning mahoratiga bog'liq. Jurnalist qalamga olgan mavzu dolzarb, kishilarni o'ziga jalb etib, muammolarni ko'tarib chiqadigan darajada bo'lsa, shundagina bu maqola jamoatchilikda yaxshi fikr uyg'otib, ularni fikr, mushohadaga chorlaydi.

Endi mavzu yuzasidan fikrlarimizni rivojlantirib, janrlarning kommunikativlik metodlarini bevosita publitsistik janrlar misolida ko'rib o'tishga urinib ko'ramiz. Odatda janrlar o'zaro bir-biri bilan bog'liq tarzda ish olib boradi, ya'ni ular bir-birini to'ldiradi. Masalan, reportaj, intervyu, sharh yoki ocherk bo'ladimi, bu janrlarning har biri o'zining maqsad, mohiyati bilan alohida xususiyatga ega. Reportajda voqelik o'ziga xos holda jonli, ta'sirchan tarzda aks etsa, intervyu savol beruvchi bilan suhbatdoshning mulohazalarini chiroyli tarzda ifoda etadi. Sharh o'quvchi, tinglovchi yoki gazetxonga ma'lum voqea, hodisani atroflicha bayon etib, tushuntirib bersa, ocherk ma'lum qahramon misolida uning hayoti, ish faoliyati, jamiyatdagi o'rni, boshqalarga ibrat, namuna bo'ladigan ishlari haqida to'liq ma'lumot beradi. Boshqa janrlar haqida ham shularni aytish mumkin.

XXI asrni "axborot asri" deb nomlanishi bejiz emas. Biz yashab turgan shu asrda yangi texnika, texnologiyalar rivojlanib ketdi. Ayniqsa, Internet global tarmog'ining jamiyatimizga kirib kelib, keng miqyosda joriy etilishi juda katta ijtimoiy voqeaga aylandi. Internetning hamma tomonlarga qulay imkoniyatlari jurnalistikaning bir ko'rinishi sifatida ham o'zini namoyon etdi. Axborot olish, uni tezkorligi bilan uzatish imkoniyatlari kengaydi. Ommaviy axborot vositalarining har bir ko'rinishida qisqa, aniq, lo'nda, mazmunlilik muhim ahamiyat kasb etdi. Chunki tezkor davr shularni taqozo etadi.

Bu kabi keskin o'zgarishlar matbuotga ham o'z ta'sirini o'tkazmasdan qolmadi. Masalan, gazetalar eski aqidalardan voz kechib, davr bilan hamqadam bo'lishga harakat qildi. Endi matbuot sahifalarida aniq maqsad sari yo'naltirilgan, dolzarb maqolalar chop etila boshlandi.

Ortga bir nazar tashlaydigan bo'lsak, mustabid tuzum davrida har bir gazetada bosh maqola berib borish urf bo'lgan. Hukmron mafkura siyosatini targ'ib-tashviq qilishga yo'naltirilgan, rasmiy, zerikarli uslubda yozilgan bu maqolalarni birov o'qimas, odatda yuqoridan tayyorlangan bosh maqolalar sobiq ittifoq gazetalariga tarjima qilib bosilar edi. O'zbekiston mustaqillikka erishgach, bosh maqolalarga hojat qolmadi. Gazetalarning birinchi sahifasi— bosh maqola uchun ajratilgan joyda respublikamizda kechagina sodir bo'lgan muhim voqealar yangilik va xabar tarzida ixcham, mazmunli tarzda joylashtiriladigan bo'ldi. Bugun bosh maqola, turli matbuot obzorlari davr taqozosi bilan o'rnini suhbat, intervyu kabi tezkor janrlarga bo'shatib berdi. Bu mamlakatimizda matbuot va so'z erkinligining hamda erkin axborot olish imkoniyatining kengayishi bilan chambarchas bog'liqdir.

Aksariyat gazetalar o'z sahifalarida hajman yirik, mazmunsiz maqolalarni bosib chiqarish amaliyotini qo'llamaydigan bo'ldi. Tahririyatlar e'tiborini ko'proq mazmunli chiqishlarga qaratib boshladi. Gazetalarda dolzarb mavzulardagi tahliliy maqolalarga keng

o‘rin berildi. Buni tabiiyki, o‘quvchilar yaxshi qabul qilishdi. Chunki mustabid tuzum davridagi “ura-ura”chilik, aravani quruq olib qochishga yo‘naltirilgan, bir xil mazmunga ega maqolalar o‘quvchilarni ancha zeriktirib qo‘ygan edi.

Gazeta janrlariga e‘tibor qaratish — davr talabi edi. Mustaqillik davri janrlari evolyutsiyasini kuzatishlar shularni ko‘rsatayaptiki, janrlar birmuncha o‘zgardi. Ular davr ruhiga yuz tutib, bugungi kun talablariga javob berishga harakat qilayapti.

Jurnalistika bo‘yicha olim, mutaxassislarning fikricha, janrlarni bir-biridan ajrata bilish keraq, Shuningdek, janrlar bir-biriga hamohang va biri ikkinchisini to‘ldirgan tarzda ish olib boradi. O‘zbek matbuotida bugungi kunda janrlar quyidagicha tavsiflanadi:

1. Axborot janrlari guruhi. Bunga xabar, intervyu, reportaj, hisobot kiradi.
2. Tahliliy janrlar guruhi. Bu guruh tarkibiga korrespondensiya, maqola, taqriz, kuzatish, sharh, matbuot sharhi, xat-murojaat janrlari kiradi.
3. Badiiy-publitsistik janrlar guruhi. Bu guruhga lavha, ocherk, felyeton, pamflet, esse, yozuvchi xati, kichik hajviy-yumoristik asarlar (masal, epigramma, parodiya va h.k.) kiradi.

“Ushbu bo‘linish, albatta, shartli, ular janrlarning barcha belgi-xususiyatlarini to‘liq qamrab ololmaydi, negaki, falsafiy ibora bilan aytganda, hodisa qonundan kengroq, ko‘lamliroq. Janrlar, ularning turkumlari bir-birini to‘ldirib, boyitib boradi”.

Keyingi yillarda jurnalistika bo‘yicha tadqiqotchilar orasida janrlarini yangicha tavsiflash, yangi janrlar “kashf” qilishga urinayotganlar ham bo‘ldi. Masalan, moskvalik olim A.A.Tertichniy gazeta janrlarini an‘anaviy tarzda ajratgan holda, ularning qatoriga yangi janrlarni kiritgan. Masalan, u Axborot janrlari guruhiga “Blits-opros” (“Blits-so‘rov”), “Vopros- otvet” (“Savol-javob”), “Nekrolog” (“Ta‘ziyanoma”) kabilarni yangi janrlar sifatida kiritgan.

“Tahliliy-janrlar” guruhiga esa “Analiticheskiy opros” (“Tahliliy so‘rov”), “Sotsiologicheskoye rezyume” (“Sotsilogik rezyume”), “Anketa”, “Monitoring”, “Reyting”, “Prognoz” (“Bashorat”), “Versiya”, “Eksperiment”, “Ispoved”, “Analiticheskiy press-reliz” (“Tahliliy press-reliz”) kabi janrlarni kiritgan.

“Badiiy-publitsistik janrlar” guruhiga “Jiteyskaya istoriya” (“Turmush chorrahalarida”), “Legenda” (“Afsona”), “Epigraf”, “Epigrafiya”, “Anekdot” (“Latifa”), “Shutka” (“Hazil”), “Igra” (“O‘yin”) kabilarni kiritgan.

Nazarimizda, A.Tertichniy janrlarni juda maydalashtirib yuborgan. Ma‘lum janr shakllanib, o‘z o‘rni, mavqeiga ega bo‘lguniga qadar ancha-muncha bosqichlarni bosib o‘tib, davr sinovlariga bardosh berishi lozim bo‘ladi. Shu ma’noda, bizningcha, moskvalik olimning janrlar borasidagi eksperimenti o‘zini oqlaguniga qadar, ancha-muncha vaqt o‘tadi.

Hozirgi davr gazetolari janrlarining o‘ziga xos jihatlari haqida qancha gapirsa yoki yozsa, arziydi. Masalan, ilgari axboriy janrlar tarkibiga kiruvchi xabarga shunchayki

oddiy bir janr sifatida qaralgan bo'lsa, endilikda u o'zida yangiliklarni singdirgan, qisqa, lo'nda, ancha mazmunli, dolzarb janrga aylandi va u gazetalarning birinchi sahifasidan mustahkam o'rin egalladi.

Reportaj, intervyu, hisobot, korrespondensiya yoki sharhmi, bularning har biri matbuot, radio, televideniye va internetda o'ziga xos, zamonaviy tarzda o'z aksini topayapti.

Nazorat savollari:

1. *Publitsistik janrlarni tasniflab bering.*
2. *Publitsistik janrlarning kommunikativlik xususiyatlari haqidagi fikrlaringiz?*

Mavzusi yuzasidan savollar.

1. Janrlarga umumiy baho bering.
2. Janrlarning o'zaro bog'liqligi haqidagi fikrlaringiz.
3. Zamonaviy janrlarning transformatsiyasini qanday baholaysiz?
4. Axborot (informatsion) janrlarning bir-biri bilan bog'liqligini nimalarda ko'rasiz?
5. Tahliliy janrlar tarkibidagi o'zaro bog'liqlik haqidagi fikrlaringiz.
6. Badiiy-publitsistik janrlarning o'zaro bog'liqligini nimalarda ko'rasiz?
7. Publitsistik janrlar tadqiqotchilarining ilmiy ishlari haqidagi fikrlaringiz.
8. Publitsistikaga ta'rif bering.
9. O'zbekiston mustaqilligigacha bo'lgan va hozirgi davr publitsistikasini qiyoslang.
10. Badiiylik va publitsistikaga ta'rif bering.
11. Janr shaklmi yoki mazmun?
12. Ocherk janri bo'yicha tadqiqotchilardan kimlarni bilasiz?
13. Felyeton bilan pamfletning farqi?
14. Ocherk turlarining bir-biri bilan bog'liqligi nimalarda ko'rinadi?
15. Lavha bilan ocherkning o'zaro bog'liq jihatlari.
16. Ocherk bilan essenini qiyoslab, xususiyatlari haqida gapirib bering.
17. Janrlarda publitsistik ruhning aks etishi nimalarda ko'rinadi?
18. Bir janr tarkibida boshqa bir janr ko'rinishini qanday tavsiflaysiz?
19. Publitsistik usul haqida nimlarni bilasiz?
20. Bugungi o'zbek publitsistikasi va publitsistlariga ta'rif bering.

Akbarov.

VI. AMALIY MASHG'ULOT MATERIALLARI

1-amaliy mashg'ulot: JURNALISTIK IJOD NAZARIYASIDAGI ILMIY O'RGANISHLAR AHAMIYATI

1. *Jurnalistik ijod nazariyasini o'rganishning o'rni va ahamiyati.*
2. *Jurnalistik ijod nazariyasi: tarix va hozirgi zamon.*

Axborot siyosati – muayyan ommaviy axborot vositasining ijtimoiy pozitsiyasiga qarab, muammoli-mavzuli yo'nalishini belgilovchi g'oyaviy-ijodiy konsepsiyadir va u dasturni hayotga tatbiq etish shaklining majmuida amalga oshadi. Bu yo'nalishning asosiy jihatlari uni ro'yxatdan o'tkazish jarayonida OAV konsepsiyasi ishlab chiqilayotganda muassis tomonidan belgilanadi.

Har bir nashrning o'z axborot siyosati mavjud, u bizning yurtimiz va bo'lsa mamlakatlarda ro'yxatdan o'tish jarayonida belgilanadi.

Demokratik qarashlarga yo'naltirilgan nashrlar axborot siyosati asosida sovuqqon va xolis yangiliklar tarqatish prinsipi yotadi. Ular uchun ma'lum voqea-hodisa, kunning muhim mavzusi yuzasidan turli nuqtai nazarlar berish muhim hisoblanadi. Partiya nashrlarining bosh vazifasi muayyan siyosiy harakatning asosiy g'oyasini tartib qilish, uning faoliyati bo'yicha axborot tarqatish hisoblanadi. Soha nashrlari esa o'z auditoriyasi ehtiyojidan kelib chiqqan holda, axborot berish bilan shug'ullanadi.

Birinchisi, tarqalish hududi bo'yicha (mamlakat, hududiy, shahar va tuman miqyosida). Mamlakat miqyosidagi nashrlarda asosiy e'tibor umummilliy manfaatlarga taalluqli, butun aholini qiziqtirgan voqea-hodisalarga qaratiladi. Bu nafaqat ichki, balki xalqaro yangiliklar ham bo'lishi mumkin. Hududiy nashrlarda asosiy diqqat viloyat miqyosidagi voqealarga beriladi. Tuman va shaharlar nashrlari o'z-o'zidan shu kichik hudud aholisini qiziqtirgan yangiliklarga keng o'rin ajratadi. Ko'rinib turibdiki, mazkur tipologik xususiyat yangiliklarni saralashda kuchli ta'sir ko'rsatadi.

Ikkinchisi, nashr davriyligiga ko'ra (onlayn, kundalik va haftalik). Kundalik nashrlarda odatda yangiliklar uzatishning qattiq shakli qo'llaniladi. Haftalik nashrlarda esa ko'proq yumshoq axborot berish shaklidan foydalaniladi. Chunki bunda urg'u tezkorlikka emas, balki voqea-hodisalarning ko'pchilikni qiziqtiradigan jihatlarini

batafsil ta'riflashga beriladi.

Uchinchi, haqiqatni aks ettirish tavsifiga ko'ra (universal va ixtisoslashgan). Universal nashrlarga o'quvchilarga juda keng miqyosdagi va turli mavzulardagi axborotlarni beradigan ijtimoiy-siyosiy mavqedagi ommaviy axborot vositalari kiradi. Bunga iqtisodiy, ijtimoiy, madaniy, sportga va boshqa sohalarga oid axborotlar ham kirishi mumkin. Ixtisoslashgan, xususan, bolalar, yoshlar, ayollar, erkaklar, kasbiy, diniy, musiqiy yo'nalishlarga mo'ljallangan nashrlar alohida qiziqishga sabab bo'lmoqda.

Ular ma'lum bir guruh o'quvchilariga yo'naltirilganligi uchun yangiliklar o'ziga xos xususiyatlarga ega. Qaysi sohaga ixtisoslashganidan qat'i nazar har qanday tahririyat mushtariylarining axboriy ehtiyojlarini muntazam o'rganishi va ularni qondirish maqsadida asosan mavzuiy ishlarini tashkil etishi darkor.

To'rtinchi, haqiqatni aks ettirishi tavsifi va ijtimoiy mo'ljallanishiga ko'ra sifatli (ziyolilar), aralash (sifatli ommabop) va ommabop (sariq matbuot)). Sifatli nashrlar, tadqiqotchilarning fikricha, jiddiy va intellektual salohiyati yuqori bo'lgan auditoriyaga mo'ljallangan. Bu axborotlarni saralashdagina emas, balki ularni tarqatish shaklida ham namoyon bo'ladi. Sifatlilik mezoniga mavzuning ahamiyati, tugallanganligi, tushunarli bo'lishi kiradi. Axborotning sifatlilikiga boshqa nuqtai nazarlar, jumladan, dolzarbligi, haqiqiyliги, to'g'riligi ajratib ko'rsatiladi.

Ommabop (sariq matbuot) nashrlar matbuot bozorida o'z o'rniga ega. Bu nashrlarning o'ziga xosligi axborotlarning saralanishi va yozilishida namoyon bo'ladi. Bunda odatda mojaroli (jinoiy, shahvoniy, zo'ravonlik, o'yin-kulgi) materiallar beriladi. Bunda o'quvchilar auditoriyasini ma'lumoti unchalik yuqori bo'lmagan insonlar



egallaydi.

Ko‘rinib turibdiki, nashr axborot siyosati va g‘oyaviy- ijodiy konsepsiyasi uning tipologik tavsifidan kelib chiqib hayotga tatbiq etiladi. Shu bilan birga, har bir tipdagi nashrda muammo, mavzular ko‘lami, axborot berish shakli, jurnalistlarning axborot manbai bilan ishlashning o‘ziga xosligi ham namoyon bo‘ladi.

Shunday qilib, nashrning axborot siyosati biror-bir g‘oyaviy dasturga, siyosiy qarash va mavzuiy yo‘nalishga asoslanadi. Bunda nashrning tipologik tavsifi nafaqat axborot siyosatini, balki uning g‘oyaviy-ijodiy konsepsiyasini ishlab chiqishda muhim rol o‘ynaydi. Nashr tipi jurnalist ijodining axboriy mahsulotinigina emas, shu bilan birga OAVning tashkiliy tuzilmasini ham belgilab beradi.

O‘zbekiston mustaqilligining dastlabki chorak asrlik davrida OAV axborot siyosati turli o‘zgarishlarni boshidan kechirdi. Buning sabablari haqida dastlabki bobda qisman to‘xtalgan edik.

Jurnalistik asar mazmuni

Jurnalist ijodida mazmun va shakl kategoriyalari muhim ahamiyat kasb etadi. Ijodda mazmun va shakl bir bo‘lishi hamda bir maqsadga yo‘naltirilishi uning ta’sirchan hamda samaradorligini ta’minlaydi.

Dastlab jurnalistika ijodida mazmunning o‘rni haqida to‘xtalib o‘tamiz.

Shakl mazmun kabi o‘z xususiyatlariga ega. Shakl jurnalistik asarning tashqi ko‘rinishi bo‘lsa, mazmun unga sifat, mantiq bag‘ishlaydi, deyish mumkin. Shuning uchun ham jurnalist ijodida mazmun va shakl birga talqin qilinadi. Bu ikkala unsumi bir-biridan ajratib bo‘lmaydi. Masalan, hayotda ro‘y bergan biror voqeani ta’riflamoqchi bo‘lsak, uni oldiniga mazmun sifatida ko‘ramiz, his qilamiz, keyin esa, uning shakli ham namoyon bo‘ladi. Jurnalistika asarida shakl bo‘lib, mazmun bo‘lmasa, unda to‘laonli asar bo‘la olmaydi. Shakl mazmunga bog‘liq holda o‘z ifodasiga ega bo‘ladi. Shuning

uchun jurnalistikada shaklni mazmunsiz, mazmunni shaklsiz tasavvur qilib bo‘lmaydi.



“Mazmun – asarni tashkil etuvchi va uning ichki xususiyati, mohiyatini tavsiflovchi unsurlarning tartibga solingan majmui”.

Jurnalistning bilimi, qobiliyati, uning obro‘-e‘tiborga sazovor bo‘lishi, u yaratayotgan asar mazmuniga bog‘liq. Jurnalist asarining mazmuni uning ijtimoiy hayotdagi fakt va dalillari bo‘lib, sodir bo‘lgan voqealarni tanlab olib, tasvirlab berishi natijasidir. Jurnalist yaratgan asarning mazmuni uning dunyoqarashi, ish tajribasi, fikr doirasining kengligiga bog‘liq. Odatda tajribali jurnalist o‘z ijodida mazmun va shakl birligi, mutanosibligini ta’minlashga harakat qiladi.

Endi jurnalistika ijodida mazmun va shakl kategoriyalarining bir qismi bo'lgan jurnalistika asari mazmuni haqida to'xtalib o'tamiz. Jurnalistika asari mazmuniga mavzu, muammo, g'oya, fakt, jurnalist dunyoqarashi, munosabati va talqini kiradi.

Jurnalistika asari mazmuni haqida fikr bildirishdan oldin, bir jarayon bilan chambarchas bog‘liq bo‘lgan jurnalistika asari xususida to‘xtalib o‘tish maqsadga muvofiq bo‘ladi. Chunki yuzaga keladigan ma’lum bir asar yozuvchi yoki jurnalistning ijodi mahsuli hisoblanadi.

Jurnalist ijodi, umuman, ijod inson faoliyatining eng qiziqarli va murakkab sohasidir. Tadqiqotchilarning fikriga ko‘ra ijod insonga berilgan kamyob, noyob iste’dod, xususiyatdir. Ijod insonning mavjud olamda ob‘yektiv va sub‘yektiv jihatdan yangi

bo'lgan narsani yaratish qobiliyatida namoyon bo'ladi va u tabiatan turlicha-moddiy va ma'naviy ko'rinishida aks etadi.

“Obyektiv yangi – bu oldin umuman bo'lmagan narsa; sub'yektiv yangi – o'xshashi mavjud, ammo sub'yektning o'zi uchun yangi (aytish mumkin-ki, “velosipedni qaytadan ixtiro etish” ham shu ma'noda ijod sanaladi)”.

Ijod serqirra jarayon bo'lib, uni ilmiy, adabiy, badiiy, musiqiy kabi turlari bor. Shuningdek, har bir turning o'z qonuniyati, shakl-shamoyili bo'ladi.

Ilmiy ijod oldin ma'lum bo'lmagan hodisalar, ularning munosabatlarini ochishga, tabiat va jamiyatda hali ma'lum bo'lmagan jarayonlarni bilishga, tadqiq qilishga yo'naltirilgan bo'lsa, adabiy ijod esa g'oyaviy ijoddan boshlanadi. Adabiy asar yaratishda odatda adib uzoq o'ylaydi, hayotiy materiallardan foydalanish barobarida, to'kima obraz yaratadi. Qahramonini yuz ko'yga solib, istasa kuldiradi, yig'latadi, chuqur iztiroblar girdobiga tashlaydi yoki uni o'kuvchi ko'z o'ngida dunyodagi eng baxtli inson sifatida gavdalantiradi.

Badiiy ijod rassomlik, haykaltaroshlik, yog'och o'ymakorlik, musiqashunoslik kabi turlarga bo'linadi. Ularning ham o'z ish uslublari bor: masalan, rassom qog'oz, bo'yoq, matodan foydalansa, haykaltarosh loy, ganch yoki boshqa unsurlardan foydalanadi.

2-amaliy mashg'ulot: TAHLILIY PUBLISISTIK JANRLARDA TAHLIL METODI

- 1. Tahliliy jurnalistika haqida tushuncha.*
- 2. Tahliliy jurnalistikaning media makondagi o'rni va vazifalari.*

Jurnalistikada tahlil jamiyatda sodir bo'lgan dolzarb voqea-hodisalarning mohiyatiga oydinlik kiritishdir. Shundan kelib chikib, mavzuimizda tahlilning ob'yekti va predmeti, voqelikning sabab-oqibatlarini o'rganish, tahlil olib borishning nazariy va empirik metodlari, tahlil jarayonida axborot manbalari bilan ishlashning o'ziga xosligi, voqelikni tushuntirishda jurnalist nuqtai nazari haqida bilimlar beriladi.

Tahliliy jurnalistikaning: korrespondensiya, maqola, taqriz, jurnalist surishtiruvi, sharh janrlari to'g'risida batafsil ma'lumot beriladi, mazkur janrlarga oid materiallar

tahlil etiladi. Bundan tashqari, tahliliy jurnalistika janrlari, ularning zamonaviy jurnalistikada o'zgarishi, janrlar integratsiyasi masalalari ham ko'rib chikiladi. Chunki, jurnalistika nazariyasi va amaliyoti zamonaviy media makonda sodir bo'layotgan yangiliklar, o'zgarishlar, paydo bo'layotgan yangi tendensiyalarga mos ravishda rivojlanishi lozimligini davrning o'zi taqozo etmoqda.

Axborot texnologiyalari mislsiz darajada rivojlanayotgan, jurnalistikaning faoliyat ko'rsatish shakllari va mazmuniga qo'yilayotgan talablar o'zgarayotgan hozirgi sharoitda, ayniqsa, bu juda muhim ahamiyatga ega. Sababi, axborot texnologiyalarining kirib kelganiga hech qancha vaqt bo'lmasdan, yuz yillardan beri faoliyat ko'rsatib kelayotgan bosma nashrlar yangi, ulkan kibermakonga moslashyapti, undan orqada qolmaslikka intilyapti.

Endilikda zamonaviy jurnalistika amaliyotida mumtoz yoki an'anaviy degan tushunchaning ahamiyati o'zgardi. Raqamli texnologiyalar, audiovizual vositalar ommaviy axborot vositalari tuzilishini multimediashtirmoqda. Uning imkoniyatlaridan foydalanib, media matnlar auditoriyaning qabul qilish darajasiga mos ravishda, hayotda sodir bo'layotgan voqea-hodisalarni qiziqarli, hayotiy va jonli (rasmlar, video tasvirlar, audio matnlar yordamida) tayyorlash muhim tendensiyaga aylanmoqda. Shunday sharoitda jurnalistlarning ijodiy imkoniyatlarini yuzaga chiqarish, kasbiy mahoratini oshirish, jurnalistik material tayyorlash ko'nikmasini shakllantirish jurnalistika ilmi oldidagi dolzarb masalalardandir. Bu esa sohani muttasil takomillashtirib borish, uni zamonaviy bilimlar asosida boyitish, sohaning nazariy bilimlari bilan birga muntazam amaliy jarayonlarni kuzatib, tahlil qilib borishni taqozo etadi. Ana shu talablardan kelib chiqib, ushbu mavzuda zamonaviy o'zbek jurnalistikasida tahliliy materiallar yozgan yetakchi mualliflarining tajribasi ham o'rganiladi.

Tahliliy jurnalistika haqida tushuncha, uning zamonaviy media makondagi o'rni va vazifalari.

Jahon jurnalistikasi taraqqiy etgani sari tabiiyki, bu sohaning hozirgacha mavjud bo'lgan an'analari va kadriyatlari ham o'zgarib boradi. Chunki asos solingandan beri axborot yetkazishni maqsad qilgan mumtoz jurnalistika bilan aloqa vositalari, shuningdek, axborot olish va uzatishning eng rivojlangan texnologiyalarga asoslangan

bugungi faoliyati katta rivojlanish yo'lini bosib o'tdi. Unga hamohang tarzda jurnalistikaning asosiy vazifasi ham o'zgarib bormoqda. Uning ijtimoiy hayotda sodir bo'lgan voqea-hodisalar haqida jamoatchilikka xabar berishga qaratilgan asosiy faoliyati bilan birga, jamoatchilik fikrini shakllantirish va boshqarish, jamiyatning turli guruhlar, jamoalari, kishilari o'rtasida kommunikativ munosabatlar o'rnatish, muayyan g'oya va mafkuralarni targ'ibot va tashviqot qilishi, tarbiyalashi, axborot bozoriga mahsulot yetkazib beruvchi ishlab chiqarish korxonasiga aylanishi singari faoliyat turlari ham rivojlandi. Shu bilan birga axborotni qabul qiluvchi jamiyatning o'zi ham o'zgardi. Endilikda jamiyat a'zolari faqat OAV orqali axborotni qabul qilibgina qolmasdan, o'zlari ham bu jarayonda bevosita ishtirok etayapti. Bu esa zamonaviy jurnalistikaning mohiyati va vazifalariga o'zgartirishlar kiritayapti.

Hozirgi sharoitda axborotga bo'lgan talab har qachongidan ham yuqori. Obrazli qilib aytganda, eng ko'p iste'mol qilinadigan mahsulot bu — axborotdir. Ammo har qanday



axborot jamoatchilik tomonidan qabul qilingani bilan bu ehtiyoj tugab qolmaydi. Jamiyatning o'zgarishi, kundalik sodir bo'lgan voqealarga qarab u ham o'zgarib boraveradi. Jamoatchilik esa OAVdan axborot yetkazib berishdan ko'proq narsani kutadi. Va aksariyat hollarda OAVni yordami muammoning hal qilinishiga qodir kuch sifatida tasavvur etiladi.

Ayniqsa, internetning kirib kelishi, axborot uzatuvchi sub'yektlarning ko'payishi bilan bog'liq jarayonlar OAV uchun ham axborot yetkazib berishdan kengroq, izchilroq faoliyat olib borishni taqozo etadi. Chunki jamiyatning biror bir bo'g'ini sohasida qarama-qarshilik, muammo yoki jumboq yuzaga keladigan bo'lsa, u haqda faqat axborot berish omma o'rtasida voqelikka bo'lgan qiziqishni yanada orttiradi. Odamlar u haqida ko'proq bilishni istaydi. Buning uchun axborot yetkazishdagi uch mumtoz: "kim?" "nima?", "qachon?", "qayerda?" degan savollarga javob topishning o'zi kamlik qiladi. Ularning ortida yana "nima uchun?", "qanday qilib?" degan yangi savollarni paydo qiladi. Jurnalist bu savollarga javob topish uchun sodir bo'lgan voqea-hodisani chuqur va atroflicha o'rganadi, tahlil qiladi.

"Tahlil" – (ruscha "analiz" so'zidan olingan bo'lib), 1) ilmiy tekshirish usuli;



ob'yektiv voqelikni ilmiy bilish, o'rganish vositasi; 2) tahlil qilish; 3) tekshirish degan ma'nolarni anglatadi! Shu nuqtai nazardan, tahliliy jurnalistikaning asosiy vazifasi tahlil, tekshirish orqali sodir bo'lgan voqelikni jamoatchilikka yetkazish, tushuntirishdir. Voqelikning dolzarbligi, ahamiyati, sabablarini o'rganishdan avval, voqeaning o'zi nima, uni tashkil etuvchi qismlar nimalardan iborat, degan savolga aniqlik kiritib olish zarur.

Tadqiqotchilarning fikricha, muayyan makonda va ma'lum vaqt oralig'ida, jarayonda (aniq boshi va oxiri bor) sodir bo'lgan harakat, voqea hisoblanadi. Tabiatda sodir bo'lgan turli hodisalar, favqulodda holatlar ham voqea deyiladi. Faqat jurnalistika uchun tabiiy hodisalardan farqli o'laroq jamiyat hayotida ro'y bergan va odamlarga ta'sir

ko'rsatadigan aniq maqsad va natijaga ega harakatlarni o'rganish va uni yoritish muhim hisoblanadi. Voqea jamiyatning muayyan ijtimoiy-siyosiy vaziyatlarida, iqtisodiy, ma'naviy-axloqiy hayotida tug'iladi, sodir bo'ladi.

Odamlarni ko'proq o'zlari yashayotgan jamiyatda sodir bo'lgan voqealar qiziqtiradi. Ayniqsa, bu voqealar ularning manfaatlariga bevosita daxldor bo'lsa, e'tiborsiz qolmaydi. Tabiiyki, jamiyatning turli sohalari: siyosat, iqtisod, huquq, din, madaniyat, ma'rifat, axloq, sport va boshqalarda yuz bergan voqealar jurnalistikaning o'rganish ob'yektidir. Xo'sh, jurnalist uchun ob'yekt nima bo'lishi mumkin?

Ta'kidlash joizki, jurnalist tayyorlaydigan har qanday axborot muayyan ob'yektga tegishli. Ya'ni, voqeaning joyi, qayerda (ko'chada, maydonda, tashkilotda, osmonda, suvda va h.z.) sodir bo'lganidir. Shu ma'noda jurnalistikaning o'rganish ob'yekti, avvalo bu jamiyatning o'zi, biz yashayotgan hayot. Qolaversa, insonni o'rab turgan ichki va tashqi olamdagi, tabiatdagi turli o'zgarishlar, favqulodda hodisalar ham jurnalistikaning ob'yekti hisoblanadi. Masalan, stadionda bo'layotgan futbol matchi, muzeydagi ko'rgazma, ko'chadada ro'y bergan avtohalokat yoki ma'lum hududda sodir bo'lgan zilzila bu – ob'yektidir.

Jurnalistikaning o'rganadigan ob'yekti haqida gap ketar ekan, uning qanday mezonlar asosida, qanday predmetga tayanib tadqiq etilishi masalasi kun tartibiga chiqadi. Shunday ekan, predmet nima, degan savolga ham javob berish kerak bo'ladi.

Predmet – voqelikni, ob'yektni o'rganish, tadqiq etishda muallif anglagan muayyan bir asos, jihat, o'rganish usuli tomonidir. Predmet orqali ob'yektning o'zini emas, balki uning aniq bir tashqi jihatini ko'rsatib beriladi. Umuman olganda, fanda barcha sohalarining o'rganish, tadqiq etish ob'yekti va predmeti mavjud. Bundan jurnalistika ilmi ham mustasno emas. Shu nuqtai nazardan jurnalistikada ob'yekt va predmet tushunchalari mutaxassis-olimlar tomonidan keng o'rganilgan va yondashuvlar turlicha.

Masalan, rus tadqiqotchisi V.Lektorskiy jurnalistikada ob'yekt bilan predmet xususida bahs etarkan, ular o'rtasidagi farqni alohida nazarda tutadi: "predmet ob'yekt bilan bir qatorda turadigan narsa emas, predmet ob'yektning mazmunini ifoda etuvchi uning aniq bir tashqi jihatidir", deb ta'kidlaydi! Boshqa bir olim V.Goroxov jurnalistika predmeti "uni tashkil qiluvchi ko'pgina ijtimoiy vaziyatlarning (ob'yektning

– ta’kid bizniki N.K.) zamonaviy birligi” sifatida tan olishini ta’kidlaydi. Bu fikrlarni inkor etmagan holda, yuzaga kelgan har qanday ijtimoiy vaziyat tushunchasi har doim ham dolzarb bo‘lmاسligi, u yana ham torroq, yana ham aniqroq mazmunni taqozo etishi mumkinligini ham inkor etib bo‘lmaydi.

Masalan, jurnalistikada har bir voqeaning anik predmeti bo‘lishi bilan birga, bir necha mustaqil vaziyatlar, jarayonlarni bir-biriga o‘zaro bog‘lovchi voqealarni o‘rganish uchun yaxlit bir predmet ham bo‘lishi mumkin. Aytaylik, odam savdosi qurboni bo‘lish bu bir vaziyat (huquqiy jihatdan o‘rganish ob’yekti) bo‘lsa, u bilan bog‘liq huquqiy savodsizlik, biror bir kasb yoki hunarga ega bo‘lmaganlik, ishsizlik, oiladagi yetishmovchilik, er-xotin o‘rtasidagi axloqiy munosabatlar, bola tarbiyasi bilan bog‘liq muammolar singari bevosita shu masalaga daxldor boshqa bir necha vaziyatlarni yuzaga keltiradi. Bunda voqea, xodisa, jarayon, vaziyatlarning o‘rni almashishi ham mumkin.

Jurnalistika – bu:

1) mafkuraviy muassasaning mos tizimi – gazeta tahririyatlari, teleradiokompaniyalar, axborot agentliklari, vazirliklar, idoralar va boshqa tarmoqlarning matbuot xizmatlari, OAV faoliyatining boshqa zarur turlari (rekla-ma roliklaridan tortib, matbuot tarqatish bo‘limlari, nashriyot, texnik telemarkazlar, retranslyatorlar, radio, Internet tarmoqlari va b.);

2) axborot to‘plash, jurnalistik asarlar yaratish, qayta ishlash, saqlash faoliyati turlari, ularni davriy nashrlarda tarkatish tizimi;

3) OAV (muharrirlar va muxbirlar, ocherknavislar, ssenaristlar, intervyuyerlar va shoumenlar) tizimining to‘liq faoliyat olib borishini taqozo qiluvchi kasblar majmuasi;

4) OAV uchun: gazeta va jurnallar sahifalarida bosiladigan, radio va televideniya namoyish etiladigan ko‘rsatuvlar, yaratilgan asarlar tizimi.

3-amaliy mashg‘ulot: BADIY-PUBLISISTIK JANRLARNI O‘RGANISH, OBRAZLI TALQIN QILISH METODI

1. Badiy-publisistik janrlar tasnifi.

2. Badiy-publisistik janrlarda obrazlilik.

O‘zbek jurnalistikasi nazariyasi O‘zbekiston davlat mustaqilligini qo‘lga kiritgunga

qadar rus jurnalistikasi nazariyasi va amaliyoti ta'siri ostida bo'lgani uchun rus (sho'ro) matbuotida qanday janrlar qo'llanilgan bo'lsa, o'zbek matbuotiga ularni shu xolicha olib qo'ya qolish ko'zga tashlanadi. XX asrning 70–80-yillarida mazkur janrlar guruhiga, asosan, ocherk, felyeton, pamflet va mayda satirik janrlar (masal, parodiya, epigrama, o'rtoqlik hazillari) kiritilgandi. Sal keyinroq yozilgan ba'zi o'quv qo'llanmalarida masal publisistika janriga kiritilmagan. Bunda mazkur janrlar o'zbek milliy matbuoti xususiyatlariga mos keladimi, yo'qmi, bu bilan xisoblashilmagan.

O'zbekiston davlat mustaqilligiga erishgandan keyin barcha ijtimoiy sohalarda bo'lgani kabi jurnalistika nazariyasi va amaliyoti sohasida ham o'zgarishlar yuz berdi va bermoqda. O'zbekistonda kadrlar tayyorlash talablariga muvofiq, publisistika janrlari guruhlarini belgilashda jahon jurnalistikasi tajribalaridan kelib chiqib, yondashish qaror topdi. Shu asnoda o'zbek milliy jurnalistikasi xususiyatlarini e'tiborga olgan xolda ilk marta publisistika janrlari guruhlarini belgilashda nisbatan yangi yo'l tutildi. Ilgari xorijiy matbuotda keng qo'llanilgan esse janri ham O'zbekiston jurnalistikasidan joy oldi. Endi faqat rus jurnalistikasi nazariyasi va amaliyoti tajribalaridan emas, balki jahon jurnalistikasi, jumladan, publisistikasi nazariyasi va amaliyoti tajribalaridan ham foydalanila boshlandi. Pirovardida, O'zbekistonda milliy va xalqaro jurnalistika nazariyasi va amaliyotiga xos ilmiy qarashlar yuzaga keldi. Shu qarashlardan kelib chiqib badiiy-publisistik janrlar guruhiga ocherk, felyeton, pamflet, esse, xat (epistoliar publisistika), mayda xajviy-mutoyiba janrlari (parodiya, o'rtoqlik hazillari, latifa) kiritildi.

Ocherk janrining paydo bo'lish tarixi, xususiyatlari

Ocherk – badiiy publisistikaning keng tarqalgan, yetakchi janrlaridan biridir. Tabiatga – ham badiiyat, ham publisistik belgi, xususiyatlar xos bo'lgan ushbu janrga ikki jihatdan qaraladi, baholanadi. Bu rassomlikdagi eskiz (qoralama) yaratish bilan bog'liq. Rassomlar surat yaratishdan oldin uning eskizini qalamda chizib olsalar, ocherk orqali publisist ijtimoiy voqelikni chizib ko'rsatadi. Filologiya fanlari doktori M.Xudoyqulov, filologiya fanlari nomzodlari B.Do'stqorayev, Yu.Hamdamov hamda A.Nurmatovlar fikricha, “ocherk” so'zining paydo bo'lishida rus yozuvchisi va publisisti M.Gorkiy bevosita aloqadorligini ta'kidlaganlar.

Eng avvalo, uning ta'rifida “ocherk” katta badiiy asarning “debochasi”, eskizi (qoralamasi) sifatida baho berilgani uchun unga to‘lakonli bo‘lmagan janr sifatida qaralgan.



Holbuki, badiiy-publisistikaga xos ocherk mustaqil va to‘laqonli janr sifatida shakllangan va qaror topgan. Buni unga yuklangan publisistik maqsaddan ham bilsa bo‘ladi.

Ocherk sof hikoya ham, sof tadqiqot ham emas, balki ularning bir qator muhim alomatlarini singdirgan o‘ziga xos sintetik asardir. Rus tilidagi “ocherk” so‘zi “chertit”, “ochertit”, ya’ni “chizmoq”, “chizib ko‘rsatmoq”, “chegaralab olmoq” ma’nolarini bildirishini, shuningdek, aksariyat ocherklarning publisist “men”iga bo‘ysunganligini ham nazarda tutsak, bu janrning xususiyatlarini anglab olishimiz oydinlashadi.

Ocherk janrining asosiy belgilaridan biri – unda hujjatlilikning shart ekanligidir. Shuningdek, ocherk janrida ijod qilar ekan, muallif o‘zi yashayotgan va ijtimoiy faoliyat olib borayotgan davrning mafkurasi, yetakchi tendensiyalarini hisobga olishiga to‘g‘ri keladi. Bu muallifning ocherkka yuklagan umumiy g‘oyasida, asarga kiritilgan personajlarning monolog yoxud dialoglarida u yoki bu darajada o‘z ifodasini topadi. Shuning uchun ommaviy axborot vositalaridagi ocherklarda sub’yektivlik ko‘rinishlarining ochiq, yorqin mavjud bo‘lishi ushbu holat bilan bog‘langan va ular badiiy adabiyot (belletristika)ga oid asarlardan shunisi bilan ajralib turadi.

Ocherk bilan hikoyaning mushtarak va farqli jihatlari nimada ko‘rinadi?

Hikoyada badiiy tasvir, quyma obrazlar ustuvor bo‘lsa, ocherkda mantiqiy muhokama, tushunchalar obrazlar orqali liro publisistik bayon usuli asosiy o‘rinni tutadi.

Albatta, bunga muallifning yozish manerasi, tili, uslubi muhim ahamiyat kasb etadi.

Ocherk nega yoziladi? Publisist ocherk yozishda bir qancha maqsadni o'z oldiga qo'yishi mumkin. Eng avvalo, biron-bir insonning fazilatlarini, ibratli ishlarini boshqalarga namuna sifatida tasvirlab muayyan ma'naviy-axloqiy, tarbiyaviy-pedagogik jihatdan saboq bo'lsa, degan niyatni ko'zlaydi, bunday hislatlarning jamiyat a'zolari orasida ko'payishini istaydi. Ikkinchidan, shaxsiy va ijtimoiy turmushda yaxshi fazilatli, xulq-atvori mukammal insonlarni jamiyat a'zolariga o'rnak qilib "ko'rsatib qo'yish", ularni ulug'lash niyatida bo'ladi (bu hol ko'proq portret ocherk turiga tegishli).

Ocherknavis o'z oldiga qo'yadigan maqsad makon va zamon bilan bog'liq holda o'zgarib turishi mumkin. Bundan qati nazar, ko'p asrlik tajriba asosida aytish mumkinki, publisist ocherk yozishni niyat qilar ekan, quyidagi ijodiy jarayonni boshidan kechirishiga to'g'ri keladi va buni hamisha e'tiborda tutadi:

- u ocherk uchun zarur materiallarni to'plash;
- voqelikni, ijtimoiy muhitni yetarli darajada o'rganish;
- u ijtimoiy hodisalarni tahlil qila bilish orqali ularning mohiyatini anglash;
- u kishilar xarakteri (tiynati) qirralarini ochib berishga intilish, bunda tipiklashtirish va individuallashtirish usullaridan o'z o'rnida foydalana bilish;
- u badiiy-tasvir vositalaridan, ijodiy uslublarning rang-barang qirralaridan mohirona foydalana olish malakasini egallash;
- u adabiy til me'yorlarini yaxshi o'zlashtirish;
- u odamlar nutqini ularning tiynatiga xos bera bilish, monolog va dialoglarni o'z o'rnida va me'yorida qo'llay olish;
- u mazmunga mos badiiy shakl tanlay bilish.

Tabiiyki, ocherknavisga qo'yiladigan ushbu talablarni o'zgarmaydigan qolip, shablon sifatida tushunish kerak emas.

Felyeton

Badiiy publisistikaning hajviy publisistika bilan umumiy jihatlari ko'p. Felyetonni ularning o'zaro umumiy jihatlari o'sib chiqqan janr, deyish mumkin. Felyeton hayotda ro'y berayotgan noxush holatlar, noloyiq voqealarga jurnalist-muallifning satira va yumor orqali munosabat bildirishidir. Felyetonning o'ziga xos muhim jihatlari biri

– u ijtimoiy tanqidni amalga oshiradi.

Hajviy publisistikaning alohida janrlaridan biri felyetondir. Felyeton matbuotda ham, ijtimoiy hayotda ham muhim ahamiyat kasb etadi. Hayotning barcha sohalarida uchraydigan nuqsonlar, kamchiliklar, ijtimoiy illatlarni keskin tanqid qiladi. Mayjud kamchilik va nuqsonlarga jamoatchilikning diqqat-e'tiborini qaratadi. Pirovardida, shu nuqsonlarning bartaraf etilishiga, shu orqali jamiyat taraqqiyotiga hissa qo'shadi.

Felyetonni boshqa janrdagi asarlardan farqlab turadigan jihatlar ko'p. Shulardan biri pichingdir. Piching o'zi nima? Undan badiiy tasvir vositasi sifatida felyeton qahramonining fe'l-atvoridagi illatlarni bo'rttirib ko'rsatish maqsadida foydalaniladi.

Chindan ham, ulug' adib Abdulla Qodiriy o'zining ko'pgina tanqidiy maqolalari, felyetonlarida pichingdan juda o'rinli foydalangan. Masalan, uning "Qizil O'zbekiston" gazetasining 1933 yil 12 avgust sonida "Yo'lovchi" imzosi bilan bosilgan "O'zi xon – ko'lankasi maydon" sarlavhali felyetonida "O'tkun» kolxozi raisi Tojiboy Yorqoriyevning illatlarini fosh qilar ekan, gapni uning bir paytlar mansabdor bo'lgan otasining ham xuddi o'g'li kabi poraxo'r bo'lganini piching aralash eslatib o'tish bilan boshlaydi.



Xuddi shu kabi kinoya, kesatik, qochirim jumlar ham mazkur janrdagi asarlarning ta'sirchanligini oshiradi, o'quvchini o'ziga jalb etadi.

Davriy matubotda "felyeton" atamasi paydo bo'lganida (tadqiqotchilarning fikricha, taxminan, XVIII asrda), felyeton hali janr emasdi. Felyeton fransuzcha so'z bo'lib,

“varaqa” ma’nosini anglatadi. Dastlab gazeta sahifasining pastki qismida joylashtirilib, yo’g’on chiziq bilan ajratilgan maxsus ilovalar felyeton, deb yuritilgan. Ushbu ilovada turli janrdagi materiallar, xususan, hisobot, taqriz, badiiy sharh va boshqalarni uchratish mumkin edi. Vaqt o’tishi bilan felyeton atamasi faqat bir turdagi matnlarga nisbatan qo’llaniladigan bo’ldi.

Felyeton Yevropa matbuotidan rus matbuotiga, undan milliy matbuotimizga ko’chgan. Yurtimizda dastlab paydo bo’lgan “Turkiston viloyatining gazetisi”da felyeton rukni ostida berilgan materiallar ham sahifaning “podvali”da berilar edi. Hatto ayrim adabiy mavzudagi materiallar, jumladan, shoir Maxtumdul va Ogahiy haqidagi maqolalar ham “felyeton” rukni ostida berilgan. Keyinchalik, mazkur rukn nuqsonlar, kamchiliklar fosh etilgan materiallarga qo’yila boshlandi. Endi u hajviy publisistik janrga aylandi.

Zabardast felyetonchilar bu janrning davriy matbuotdagi ahamiyati va qimmatini yanada oshirdi. Felyeton haqida to’lik va mukammal tasavvur hosil qilish uchun bu janrning xususiyatlarini birma-bir ko’rib chiqsak.

Felyetonga xos birinchi jihat uning tili hisoblanadi. Publisistik bayon uslubi, badiiy ibora va ifodalar, umuman olganda, badiiy-publisistik janrlarning barchasida qo’llaniladi. Lekin felyetonda material mavzusi, unda tilga olinuvchi voqea, holat, qahramonlarni obrazlar yordamida ifodalash xususiyati ustuvordir. Ilmiy adabiyotlarda felyeton janriga berilgan ta’riflarning birida shunday deyiladi: “Felyeton bu – satirik va dolzarblik xususiyatlariga ega badiiy-publisistik janr. Unda ijtimoiy illat fosh etiladi va kulgi vositasida tanqid ostiga olinadi. Har qanday badiiy-publisistik janr singari felyeton o’quvchiga emosional-obrazli ta’sir ko’rsatishi kerak”.

Felyetonda muammo yoki illat obrazli qilib ifodalansa-da, lekin o’quvchi uni tez, qiyinchiliksiz tanishi kerak. Bu felyetonchidan katta mahorat, sinchkovlik va albatta, so’z qo’llash borasida o’tkir did, bilimdonlikni talab etadi. Felyeton uchun tanlanadigan mavzu ham uning o’ziga xos jihatlarga kiradi.

4-amaliy mashg’ulot: PUBLITSISTIK JANRLARNING KOMMUNIKATIV USULI.

1. Jurnalistik janrlarning tasnifi

2. Publitsistik janrlarning kommunikativ xususiyatlari

Jurnalistika nazariyasi va amaliyotida hozirgi kungacha olimlar va mutaxassislar o'rtasida jurnalistika, uning ahamiyati, maqsadi va faoliyati haqida ko'plab bahs va munozaralar olib borilmoqda. Jurnalistika nazariyasining etuk tadqiqotchilari, professorlar, jurnalistlar va hatto ayrim olimlar ko'p hollarda jurnalistikani janr sifatida ko'rishadi, ammo bu to'g'ri fikr emas.

Publitsistika (lotincha publicus — ijtimoiy) — ijtimoiy-siyosiy va zamonning boshqa dolzarb muammolariga bag'ishlangan adabiy asar turi. Jurnalistikaning vazifasi — o'quvchi, tinglovchi yoki tomoshabinda ijtimoiy fikrni uyg'otish va uni shakllantirilsh, ma'lum maqsadga yo'naltirish, hujjatli faktlar va ma'lumotlar asosida haqiqat tasvirini yaratishdir. Joriy ijtimoiy hayot, u bilan bog'liq o'tmish va kelajak faktlari jurnalistikaning predmeti hisoblanadi.

"Jurnalistikaning vazifasi — jamiyatda shu kun va shu paytda sodir bo'lgan voqealar va hodisalar haqida jamiyatni xabardor qilish, shuningdek, mavjud masala va muammolar bo'yicha jamoat fikrini ko'tarish".

1. O'ZBEKISTON PUBLITSISTIKASINING RIVOJLANISHI

O'zbekiston siyosiy mustaqillikka erishganidan so'ng o'zbek milliy publitsistikasida o'ziga xos ijobiy o'zgarishlar kuzatilmoqda. An'anaviy sharhlovchi publitsistika o'rniga yangilik publitsistikasi keldi. Natijada publitsistik janrlar axborot janrlariga ko'proq o'rin berishga kirishdi.

Ilgari gazetalar sahifalarida mazmundan ko'ra shakl muhimroq bo'lgan yirik maqolalar chop etilardi. Keyingi yillarda publitsistika yanada yuqori darajaga ko'tarildi.

O'zbek publitsistikasiga hissa qo'shgan shaxslar: Azod Sharofiddinov, Otakir G'oshimov, Ibrohim G'afurov, Xurshid Do'stmuhammad, Ahmadjon Meliboyev, Murod Abdullayev, Yo'g'ubjon Xojamberdiyev, Habibillo Olimjonov, Bekkul Eqamqulov, Abdunabi Haydarov, Karim Bahriyev.

Bu zotlar o'zlarining dolzarb, muammoli tahliliy va tanqidiy maqolalari bilan o'zbek publitsistikasiga munosib hissa qo'shdilar.

Publitsistikaning muhim mavzulari:

O'sha davrda matbuotda eng dolzarb mavzularda, xalq haqida, oddiy odamlarning dardi va autokratik davrning nihoyatda shafqatsiz siyosati haqida turli nutqlar yangradi:

1. Afg'oniston urushi oqibatlari:

Qo'shni Afg'onistondagi qonli urushlar o'zbek oilalariga, temir tobutlarda bu urushdan halok bo'lgan o'zbek o'g'illarining ota-onalariga qanday azob-uqubat keltirayotgani

Ularning aka-uka va opa-singillarining qayg'usi haqida

2. Milliy muammolar:

Rossiyada harbiy xizmat o'tayotgan o'zbek yigitlarining milliychilik va separatizm tufayli qanday nobud bo'layotgani haqida

3. Ekologik muammolar:

Orol dengizining quriyayotgani

Yerning sho'rlanib, foydalanishga yaroqsiz holga kelayotgani

Ekologik vaziyatning nazoratdan chiqayotgani

2. 2000-2012 YILLAR ORASIDAGI PUBLITSISTIKA

Bu davrda chop etilgan nashrlar sahifalarida juda katta muammolarni aks ettirgan publitsistik maqolalar minglab gazeta o'quvchilari tomonidan e'tirof etildi.

Mashhur bo'lgan mavzular: Qishloqda gaz masalasi, Elektr energiyasining yo'qligi, Gender tenglik masalalari, Ichimlik suvining tanqisligi.

Yuqorida zikr etilgan publitsistlar o'zlarining barcha mahoratlarini ishga solgan holda, mazmunli, dolzarb maqolalar bilan jamoatchilik orasida ijtimoiy fikrni ko'tarib, ushbu muammolarning yechimini izlashda katta hissa qo'shdilar.

3. PUBLITSISTIKANING XUSUSIYATLARI

3.1. Asosiy tamoyillar:

1. Yangilik g'oyasi:

- Publitsistikada yangi g'oya bo'lishi shart
- Dolzarb mavzuga bag'ishlanishi kerak
- O'quvchiga yaxshi taassurot qoldirishi lozim

2. Hujjatlilik:

- Aniq va konkret faktlarga asoslanishi
- Ijtimoiy rivojlanish intilishlarini to'g'ri va haqiqiy aks ettirishi
- Matbuot tomonidan yaratilgan zamonaviy manzaraga ishonch

3. Dolzarblik:

- Har doim, barcha davrlarda muhim va zarur
- Jamiyatning ehtiyojlarini qondirishi

3.2. Publitsistik uslub:

Har bir yozuvchi ko'p yillik faoliyat davomida shakllangan o'ziga xos yozuv uslubiga ega:

- Biri dolzarb mavzuda maqola yozishni yaxshi ko'radi
- Boshqa jurnalist zamonaviy qahramonlar obrazini yaratishni istaydi
- Yana biri tanqidiy publitsistika bilan shug'ullanishni yoqtiadi

4. JURNALISTIK JANRLARNING TASNIFI

O'zbek matbuotida bugungi kunda janrlar quyidagicha ta'riflanadi:

4.1. AXBOROT JANRLARI GURUHI

Bunga quyidagilar kiradi:

- **Xabar** - qisqa, aniq ma'lumot
- **Intervyu** - savol-javob shaklidagi suhbat
- **Reportaj** - voqea joyidan bevosita xabar
- **Syujet** - voqealarning ketma-ket bayoni

4.2. TAHLILIIY JANRLAR GURUHI

Bu guruhga quyidagi janrlar kiradi:

- **Muxbirlik** - chuqur tahlil va tadqiqot
- **Maqola** - masalalarni batafsil yoritish
- **Sharh** - voqealar va hodisalarni tushuntirish
- **Kuzatuv** - muntazam monitoring natijasi
- **Tanqid** - baholash va tahlil
- **Matbuot sharhi** - ommaviy axborot vositalarini tahlil
- **Xat** - o'quvchi murojaatlari

4.3. BADIY-PUBLITSISTIK JANRLAR GURUHI

Bu guruhga quyidagilar kiradi:

- **Film** - kino san'ati asosidagi janr
- **Esse** - erkin tarzda yozilgan kichik asar
- **Feleton** - satirik-hazliy asar
- **Broshura** - kichik hajmdagi nashr
- **Ocherk** - hayot tasviriga asoslangan asar
- **Yozuvchi xati** - adiblarning murojaatlari
- **Kichik komik-hazliy asarlar:**
 - Masal
 - Epigramma

- Parodiya va hokazolar

5. JANRLARNING KOMMUNIKATIV XUSUSIYATLARI

5.1. Janrlarning o'zaro aloqasi

Janrlar odatda bir-biri bilan bog'liq holda ishlaydi, ya'ni bir-birini to'ldiradi:

1. **Reportaj** - haqiqatni jonli, ta'sirchan tarzda aks ettiradi
2. **Intervyu** - so'rovchi va suhbatdosh o'rtasidagi dialogni ajoyib ifodalaydi
3. **Sharh** - ma'lum voqeani o'quvchi, tinglovchi, yangilik boshlovchisiga batafsil tasvirlab, tushuntiradi
4. **Ocherk** - ma'lum qahramon misolida uning hayoti, ijodi, jamiyatdagi o'rni haqida to'liq ma'lumot beradi

5.2. Mustaqillik davrida janrlarning evolyutsiyasi

Avtoritar rejim davridagi holat:

- Har bir gazetada bosh maqolaga ega bo'lish odatiy hol edi
- Rasmiy, zerikarli uslubda yozilgan maqolalar
- Hukmron mafkura siyosatini targ'ib qilishga yo'naltirilgan
- Yuqoridan tayyorlangan tahririyat maqolalari

Mustaqillik davridan keyin:

- Bosh maqolalarga ehtiyoj yo'qoldi
- Birinchi sahifalarda muhim voqealar yangilik va xabarlar ko'rinishida
- Qisqa va mazmunli shaklda joylashtirildi
- Tez janrlar (suhbat va intervyu) keng o'rin oldi

5.3. Zamonaviy gazeta janrlarining xususiyatlari

Xabar janri:

- Ilgari oddiy janr hisoblangan
- Hozirda qisqa, ixcham, mazmunli, dolzarb janrga aylangan
- Yangilik xususiyatlarini o'ziga singdirgan
- Gazetalarning birinchi sahifasida mustahkam o'rin egallagan

Boshqa janrlar:

- Hisobot, intervyu, reportaj, muxbirlik yoki sharh
- Har biri matbuot, radio, televidenie va internetda o'ziga xos zamonaviy tarzda aks ettirilmoqda

6. PUBLITSISTIK JANRLARNING KOMMUNIKATIV USULLARI

6.1. Ta'sir mexanizmlari

1. **Kognitiv ta'sir:**

- Bilim va tushunchalar berish
- Yangis ma'lumotlar yetkazish
- O'quvchi dunyoqarashini kengaytirish

2. **Emotsional ta'sir:**

- His-tuyg'ularga ta'sir etish
- Empativa uyg'otish
- Ijtimoiy muammolarga nisbatan munosabat shakllantirilish

3. **Amaliy ta'sir:**

- Konkret harakatlarga undash
- Ijtimoiy faollikni rag'batlantirish
- Muammolarni hal qilishga yo'naltirish

6.2. Kommunikativ strategiyalar

Axborot janrlarida:

- **Aniqlik va qisqalik** - asosiy ma'lumotni tez yetkazish
- **Ob'ektivlik** - faktlarni neutral holda taqdim etish
- **Operativlik** - eng yangi ma'lumotlarni berish

Tahliliy janrlarda:

- **Chuqur tahlil** - muammolarning sabab-oqibat aloqalarini ochish
- **Ko'p qirralilik** - turli nuqtai nazarlarni taqdim etish
- **Dalillar asosida** - faktlar va ekspert fikrlariga tayanish

Badiiy-publitsistik janrlarda:

- **Obrazlilik** - badiiy vositalar yordamida ta'sir etish
- **Shaxsiylashtirish** - konkret insonlar hayoti orqali ko'rsatish
- **Emotsional yaqinlik** - o'quvchi bilan his-tuyg'ular darajasida aloqa

7. ZAMONAVIY TENDENTSIYALAR

7.1. Texnologik ta'sirlar

- Internet va ijtimoiy tarmoqlarning paydo bo'lishi
- Multimedia yondashuvlarning kengayishi
- Digital formatlarning rivojlanishi

7.2. Auditoriya talablarining o'zgarishi

- Qisqa va ixcham ma'lumotlarga ehtiyoj
- Interaktivlik va qatnashish imkoniyati
- Maqsadli kontent uchun talab

7.3. Janrlarning moslashishi

- An'anaviy janrlarning yangi shakllar bilan uyg'unlashishi
- Gibrid janrlarning paydo bo'lishi
- Platformaga xos formatlarning rivojlanishi

Publitsistik janrlarning kommunikativ usullari zamonaviy jurnalistikaning asosini tashkil etadi. Har bir janr o'ziga xos kommunikativ imkoniyatlarga ega bo'lib, jamiyat ehtiyojlariga mos ravishda rivojlanib bormoqda.

Mustaqillik yillarida o'zbek publitsistikasi sezilarli o'zgarishlarga duch keldi va hozirda yangi bosqichda rivojlanmoqda. Bu jarayonda janrlarning kommunikativ xususiyatlarini to'g'ri tushunish va qo'llash muhim ahamiyat kasb etmoqda.

Kelajakda publitsistik janrlar yangi texnologiyalar va o'zgaruvchan ijtimoiy talablarga moslashgan holda o'z rivojlanishini davom ettirilshi kutilmoqda.

V. MUSTAQIL TA'LIM MAVZULARI

1. Publitsistik janrlarning tarixiy rivojlanishi va zamonaviy holati
2. Axborot janrlarining tuzilishi va kommunikativ xususiyatlari
3. Intervyu janrining turlari va o'tkazish texnikasi
4. Reportaj janrida jurnalist mahorati va sahna ko'nikmalari
5. Televizion syujetning dramaturgik tuzilishi va yaratish tamoyillari
6. Axborotni shaxslashtirish (personifikatsiya) usullari
7. Hujjatli televideniada an'anaviy va innovatsion yondashuvlar
8. Tahliliy publitsistik janrlarning jamiyatdagi o'rni
9. Maqola janrida ijodiy yondashuv va tahlil metodlari
10. Sharh va kommentariy janrlarining farqlari va qo'llanilishi
11. Badiiy-publitsistik janrlar: ocherk va esse xususiyatlari
12. Televizion va radio lavhalarining o'ziga xos jihatlari
13. Satira janrlarida ijtimoiy tanqidning ifoda usullari
14. Janrlarning gibridlashishi va transformatsiya jarayonlari
15. Multimedia texnologiyalarining publitsistik janrlarga ta'siri
16. Matbuot anjumani va press-revizlar bilan ishlash metodikasi
17. Korrepondent maktubi va mintaqaviy jurnalistika xususiyatlari
18. Ijtimoiy tarmoqlarda publitsistik janrlarning yangi shakllari
19. Auditoriya tahlili va maqsadli kontent yaratish strategiyalari
20. Publitsistik janrlarda professional etika va mas'uliyat masalalari

VI. GLOSSARIY

Atama	Ta'rif	Misollar
Analitik janrlar	Voqea va hodisalarni chuqur tahlil qilish, sabab-oqibat aloqalarini ochib berish uchun mo'ljallangan janrlar	Maqola, sharh, korrepondet maktubi
Auditoriya ta'siri	Ommaviy axborot vositalarining ko'ruvchi, tinglovchi va o'quvchilarga psixologik, ijtimoiy va ma'naviy ta'siri	Fikrini o'zgartirish, xatti-harakatga undash
Axborot janrlari	Voqea va hodisalar haqida tezkor, aniq ma'lumot berish uchun mo'ljallangan janrlar	Xabar, reportaj, intervyu
Axborotning shaxslanishi	Umumiy ma'lumotlarni aniq shaxslar hikoyasi orqali yoritish usuli	Statistikani real odamlar misolida ko'rsatish
Badiiy-publitsistik janrlar	Ijtimoiy masalalarni badiiy vositalar yordamida ta'sirli tarzda ko'rsatish janrlari	Ocherk, esse, feleeton
Blis-intervyu	Juda qisqa, 15-30 soniyalik intervyu turi	Sport voqealaridan keyin sportchilar bilan suhbat
Bahs janri	Qarama-qarshi fikrlarni to'qnashuvi asosida haqiqatni aniqlash usuli	Televizion debatlar, studio munozaralari
Esse	Muallif pozitsiyasi aniq ifodalangan, erkin kompozitsiyaga ega kichik asar	Shaxsiy fikr va kuzatuvlar
Evolutsiya	Janrlarning vaqt o'tishi bilan bosqichma-bosqich rivojlanishi va o'zgarishi	An'anaviy janrlardan zamonaviy formatlarga o'tish
Gibrid janrlar	Ikki yoki undan ortiq janr xususiyatlarini birlashtirgan yangi formatlar	Infotainment, docudrama
Glossariy	Maxsus sohaga oid atamalar va ularning ta'riflarini o'z ichiga olgan lug'at	Jurnalistika terminlari to'plami
Hujjatli televidenie	Haqiqiy voqea va faktlarga asoslangan televizion kontent	Dokumentar filmlar, real hayot syujetlari

Atama	Ta'rif	Misollar
Hook (ilgak)	Ko'ruvchi e'tiborini jalb qilish uchun syujetning boshida qo'llaniladigan usul	Savol, sirli holat, kutilmagan fakt
Intervyu	Savol-javob shaklidagi suhbat janri	Studio intervyu, sahna intervyusi
Infografika	Ma'lumotni vizual shaklda taqdim etish usuli	Jadvallar, diagrammalar, grafiklar
Ijodiy jarayon	Jurnalistik mahsulotni yaratishning ijodiy bosqichlari	G'oya paydo bo'lishidan nashr etilishigacha
Janr	Ma'lum maqsad, tuzilish va ifoda usuliga ega bo'lgan jurnalistik kontent turi	Xabar, maqola, ocherk
Jurnalistik ijod	Professional jurnalistik faoliyat natijasida yaratilgan mahsulotlar	Maqolalar, syujetlar, dasturlar

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

11. O'zbekiston Respublikasining Konstitutsiyasi. – T.: O'zbekiston, 2023.
12. O'zbekiston Respublikasining 2020-yil 23-sentabrda qabul qilingan “Ta'lim to'g'risida”gi Qonuni.
13. O'zbekiston Respublikasining “Korrupsiyaga qarshi kurashish to'g'risida”gi Qonuni.
14. 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.
15. 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.
16. Ўзбекистон 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.
17. 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.
18. 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.
19. 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.
20. 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.

III. Maxsus adabiyotlar

44. Oliy ta'limning meyoriy - huquqiy xujjatlari to'plami. -T., 2013.

45. 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.

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

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

48. Виртуальная реальность как новая исследовательская и образовательная среда. Серфуз Д.н. и др. // ЖУРНАЛ Научно-аналитический журнал «Вестник Санкт-Петербургского университета Государственной противопожарной службы МЧС России», 2015. – с.185-197.

49. Ibraymov A.YE. Masofaviy o'qitishning didaktik tizimi. Metodik qo'llanma. – T.: "Lesson press", 2020. -112 b.

50. Игнатова Н. Й. 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

51. Кирякова А.В, Олховая Т.А., Михайлова Н.В., Запорожко В.В. Интернет-технологии на базе LMS Моодле в компетентностно-ориентированном образовании: учебно-методическое пособие / А.В. Кирякова, Т.А. Олховая, 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

52. Кононюк А.Е. Облачные вычисления. – Киев, 2018. – 621 с.

53. 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

54. Emelyanova O. A. Ta'limda bulutli texnologiyalardan foydalanish // Yosh olim. - 2014. - № 3. - S. 907-909.

55. Moodle LMS tizimida masofaviy kurslar yaratish. O'quv-uslubiy qo'llanma. – T.: Toshkent farmatsevtika instituti, 2017.

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

57. A.S. Zikriyoyev. Dunyo universitetlari reytingidagi tadqiqotchi olimlar orasida o'zingizni kashf qiling. -T.: Navro'z,2020. ISBN.9789943659285

58. Sherzod Mustafakulov, Aziz Zikriyoev, Dilnoza Allanazarova, Tokhir Khasanov, Sokhibmalik Khomidov. Explore Yourself Among World – Class

Researchers. Grand OLEditor, Tashkent 2019, ISBN: 8175 25766-0.

59. Ackoff, Russell L., Scientific Method, New York: John Wiley & Sons, 1962.

60. Barzun, Jacques & Graff. F. (1990). The Modern Researcher, Harcourt, Brace Publication: New York.

61. Muslimov N.A va boshqalar. Innovatsion ta'lim texnologiyalari. O'quv-metodik qo'llanma. – T.: “Sano-standart”, 2015. – 208 b.

62. Muslimov N.A va boshqalar. Pedagogik kompetentlik va kreativ asoslari. O'quv-metodik qo'llanma. – T.: “Sano-standart”, 2015. – 120 b.

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

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

65. Компетенции педагога ХХІ века [Электронный ресурс]: сб. материалов респ. конференции (Минск, 25 нояб. 2021 г.) / М-во образования Респ. Беларусь, ГУО «Акад. poslediplom. obrazovaniya», ОО «Belorus. ped. o-vo». – Minsk: АРО, 2021.

66. Ishmuhamedov R.J., M.Mirsoliyeva. O'quv jarayonida innovatsion ta'lim texnologiyalari. – T.: «Fan va texnologiya», 2017, 60 b.

67. Ishmuhamedov R, Mirsoliyeva M, Akramov A. Rahbarning innovatsion faoliyati. – T.: “Fan va texnologiyalar”, 2019.- 68 b.

68. Коджаспирова Г.М. Педагогика в схемах, таблицах и опорных конспектах./ -М.:Айрис-пресс, 2016.

69. Натанзон Э. Ш. Приемы педагогического воздействия. - М, 2012. - 202 с.

70. Сергеев И.С. Основы педагогической деятельности: Учебное пособие. – СПб.: Питер, 2014.

71. The Handbook of Global Online Journalism. Edited by Eugenia Siapera and Andreas Veglis. John Wiley & Sons, Inc, 2012.

72. William Rice. Moodle E-Learning Course Development - Third Edition. Packt Publishing - ebooks Account; 3 edition 2015. - 350 pp.

73. Асекретов О.К., Борисов Б.А., Бугакова Н.Й. и др. Современные образовательные технологии: педагогика и психология: монография. – Новосибирск: Издательство СРНС, 2015. – 318 с. [хттп://ссиэнсэ.ввсу.ру/филес/5040БС65-273Б-44ББ-98С4-СБ5092БЕ4460.пдф](http://ссиэнсэ.ввсу.ру/филес/5040БС65-273Б-44ББ-98С4-СБ5092БЕ4460.пдф)

74. Белогуров А.Й. Модернизация процесса подготовки педагога в контексте инновационного развития общества: Монография. — М.: МАКС Пресс, 2016. — 116 с. ИСБН 978-5-317-05412-0.

75. Вартановой Е. Л. — Основы медиабизнеса: Учеб. пособие для студентов вузов / Под ред. 075 М.: Аспект Пресс, 2009. – 360 с.

76. Вирковский А. В. Редакционный менеджмент в печатных и онлайн-массмедиа: процессный подход, “Медиа Мир”, М.: 2016.

77. Гафурова П.А., Матвиенко В.В. Телевидение Узбекистана: история, проблемы, перспективы // Культура и цивилизация. 2019. Том 9. № 5А. - С. 215-223.

78. Qudratxo‘jayev Sh. Internet: tarixi, tuzilishi, texnik xavfsizlik. –Т.: O‘zbekiston. 2011.

79. Qudratxo‘jayev Sh.T. Internetda va axborot. O‘quv-uslubiy qo‘llanma. Toshkent 2012 yil.

80. Литвиненко И.В. Радио в мультимедийной среде: специфика функционирования. Диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук. М., 2015.

81. Matyakubov A., Dadaxonov A. Jurnalistikada AKT. (o‘quv qo‘llanma). T.: Qaqnus media, 2019. – 180 b.

82. Муратов С. А. Телевизионная журналистика. Телевидение в поисках телевидения : учебное пособие для вузов / С. А. Муратов. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 240 с.

83. Муратова Н.Ф. Интернет журналистика Узбекистана: функционирование Интернет СМИ в условиях глобального информационного рынка”. Монография. Германия, Лаб Академис Публишинг. 2013.

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

85. 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

86. Toshpo‘latova N. Saidov F. Jurnalistikaning huquqiy asoslari. Darslik. – Toshkent., 2019.

IV. Elektron ta’lim resurslari

8. www.edu.uz.

9. www.aci.uz.

10. www.ictcouncil.gov.uz.

11. www.lib.bimm.uz

12. www.Ziyonet.Uz

13. www.sciencedirect.com

14. www.acs.org