

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

**ОЛИЙ ТАЪЛИМ ТИЗИМИ ПЕДАГОГ ВА РАЎБАР КАДРЛАРИНИ
ҚАЙТА ТАЙЁРЛАШ ВА УЛАРНИНГ МАЛАКАСИНИ ОШИРИШНИ
ТАШКИЛ ЭТИШ БОШ ИЛМИЙ - МЕТОДИК МАРКАЗИ**

**ЎЗБЕКИСТОН МИЛЛИЙ УНИВЕРСИТЕТИ ҲУЗУРИДАГИ ПЕДАГОГ
КАДРЛАРИНИ ҚАЙТА ТАЙЁРЛАШ ВА УЛАРНИНГ МАЛАКАСИНИ
ОШИРИШ (МИНТАҚАВИЙ) МАРКАЗИ**

“ОНЛАЙН ЖУРНАЛИСТИКА”

модули бўйича

Ў Қ У В – У С Л У Б И Й М А Ж М У А С И

Тошкент 2021

МУНДАРИЖА

I. ИШЧИ ДАСТУР	3
II. МОДУЛНИ ЎҚИТИШДА ФОЙДАЛАНИЛАДИГАН ИНТЕРФАОЛ ТАЪЛИМ МЕТОДЛАРИ.	30
III. НАЗАРИЙ МАШҒУЛОТ МАТЕРИАЛЛАРИ	20
IV. АМАЛИЙ МАШҒУЛОТ МАТЕРИАЛЛАРИ	61
V. ГЛОССАРИЙ	57
VI. АДАБИЁТЛАР РЎЙҲАТИ.....	70

I. ИШЧИ ДАСТУР

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ

ЎЗБЕКИСТОН МИЛЛИЙ УНИВЕРСИТЕТИ ҲУЗУРИДАГИ ПЕДАГОГ КАДРЛАРНИ ҚАЙТА ТАЙЁРЛАШ ВА УЛАРНИНГ МАЛАКАСИНИ ОШИРИШ ТАРМОҚ (МИНТАҚАВИЙ) МАРКАЗИ

«Тасдиқлайман»

**Тармоқ (минтақавий) маркази
директори И.Хамиджонов**

“ ___ ” _____ 2021 йил

Онлайн журналистика

модули бўйича

ИШЧИ ЎҚУВ ДАСТУРИ

“Журналистика”

таълим йўналишлари ва мутахассисликлари профессор-ўқитувчилари учун

Тошкент – 2021

Модулнинг ишчи ўқув дастури Ўзбекистон Республикаси Олий ва ўрта махсус таълим вазирлигининг 2020 йил 7-декабрдаги 648-сонли буйруғи билан тасдиқланган намунавий ўқув режа ва дастурлар асосида ишлаб чиқилган.

Тузувчи: ЎЗМУ, “Телевидение ва радиоэшиттириш” кафедраси
доцент, Р.Х. Абдусатторов

Тақризчи: т.ф.д., проф. Қ.Т. Эрназаров

Ишчи ўқув дастури Мирзо Улуғбек номидаги Ўзбекистон миллий университети Кенгашининг 2021 йил 24-августдаги 1-сонли баённомаси билан маъқулланган.

Кириш

Дастур Ўзбекистон Республикасининг 2020 йил 23 сентябрда тасдиқланган “Таълим тўғрисида”ги Қонуни, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги ПФ-4947-сон, 2019 йил 27 августдаги “Олий таълим муассасалари раҳбар ва педагог кадрларининг узлуксиз малакасини ошириш тизимини жорий этиш тўғрисида”ги ПФ-5789-сон, 2019 йил 8 октябрдаги “Ўзбекистон Республикаси олий таълим тизимини 2030 йилгача ривожлантириш концепциясини тасдиқлаш тўғрисида”ги ПФ-5847-сонли Фармонлари ҳамда Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2019 йил 23 сентябрдаги “Олий таълим муассасалари раҳбар ва педагог кадрларининг малакасини ошириш тизимини янада такомиллаштириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги 797-сонли Қарорларида белгиланган устувор вазифалар мазмунидан келиб чиққан ҳолда тузилган бўлиб, у олий таълим муассасалари педагог кадрларининг касб маҳорати ҳамда инновацион компетентлигини ривожлантириш, соҳага оид илғор хорижий тажрибалар, янги билим ва малакаларни ўзлаштириш, шунингдек амалиётга жорий этиш кўникмаларини такомиллаштиришни мақсад қилади.

Дастур доирасида берилаётган мавзулар таълим соҳаси бўйича педагог кадрларни қайта тайёрлаш ва малакасини ошириш мазмуни, сифати ва уларнинг тайёргарлигига қўйиладиган умумий малака талаблари ва ўқув режалари асосида шакллантирилган бўлиб, унинг мазмуни кредит модуль тизими ва ўқув жараёнини ташкил этиш, илмий ва инновацион фаолиятни ривожлантириш, педагогнинг касбий профессионалигини ошириш, таълим жараёнига рақамли технологияларни жорий этиш, махсус мақсадларга йўналтирилган инглиз тили, мутахассислик фанлар негизида илмий ва амалий тадқиқотлар, ўқув жараёнини ташкил этишнинг замонавий услублари бўйича сўнгги ютуқлар, педагогнинг креатив компетентлигини ривожлантириш, таълим жараёнларини рақамли технологиялар асосида индивидуаллаштириш, масофавий таълим хизматларини ривожлантириш, вебинар, онлайн, «blended learning», «flipped classroom» технологияларини амалиётга кенг қўллаш бўйича тегишли билим, кўникма, малака ва компетенцияларни ривожлантиришга йўналтирилган.

Қайта тайёрлаш ва малака ошириш йўналишининг ўзига хос хусусиятлари ҳамда долзарб масалаларидан келиб чиққан ҳолда дастурда тингловчиларнинг мутахассислик фанлар доирасидаги билим, кўникма,

малака ҳамда компетенцияларига қўйиладиган талаблар такомиллаштирилиши мумкин.

Модулнинг мақсади ва вазифалари

Олий таълим муассасалари педагог кадрларини қайта тайёрлаш ва уларнинг малакасини ошириш курсининг **мақсади** педагог кадрларни инновацион ёндошувлар асосида ўқув-тарбиявий жараёнларни юксак илмий-методик даражада лойиҳалаштириш, соҳадаги илғор тажрибалар, замонавий билим ва малакаларни ўзлаштириш ва амалиётга жорий этишлари учун зарур бўладиган касбий билим, кўникма ва малакаларини такомиллаштириш, шунингдек уларнинг ижодий фаоллигини ривожлантиришдан иборат.

Модул **вазифаларига** қуйидагилар киради:

- “Журналистика” йўналишида педагог кадрларнинг касбий билим, кўникма, малакаларини такомиллаштириш ва ривожлантириш;
- педагогларнинг ижодий-инновацион фаоллик даражасини ошириш;
- мутахассислик фанларини ўқитиш жараёнига замонавий ахборот-коммуникация технологиялари ва хорижий тилларни самарали татбиқ этилишини таъминлаш;
- мутахассислик фанлар соҳасидаги ўқитишнинг инновацион технологиялари ва илғор хорижий тажрибаларини ўзлаштириш;

“Журналистика” йўналишида қайта тайёрлаш ва малака ошириш жараёнларини фан ва ишлаб чиқаришдаги инновациялар билан ўзаро интеграциясини таъминлаш.

Модул бўйича тингловчиларнинг билими, кўникмаси, малакаси ва компетенцияларига қўйиладиган талаблар

Модулни ўзлаштириш жараёнида амалга ошириладиган масалалар доирасида: “Кредит модул тизими ва ўқув жараёнини ташкил этиш”, “Илмий ва инновацион фаолиятни ривожлантириш”, “Педагогнинг касбий профессионаллигини ошириш”, “Таълим жараёнига рақамли технологияларни жорий этиш”, “Махсус мақсадларга йўналтирилган инглиз тили” модуллари бўйича тингловчиларнинг билим, кўникма ва малакаларига қўйиладиган талаблар тегишли таълим соҳаси бўйича педагог кадрларни қайта тайёрлаш ва малакасини ошириш мазмуни, сифати ва уларнинг тайёргарлиги ҳамда компетентлигига қўйиладиган умумий малака талаблари билан белгиланади.

Мутахассислик фанлари бўйича тингловчилар куйидаги янги билим, кўникма, малака ҳамда компетенцияларга эга бўлишлари талаб этилади:

Тингловчи:

- виртуал ОАВнинг имкониятлари, устунликлари ва анъанавий ОАВга ўхшаш ва фарқли жиҳатларини;
- интернет ва онлайн ОАВ да фейк, троллинг, инфологеманинг хусусиятлари ва фактчекинг асосларини;
 - интерфаол теле-радиожурналистиканинг замонавий усулларини;
 - оммавий ахборот воситалари бошқаруви соҳасидаги бизнес-технологияларини;
 - миллий ва хорижий журналистик таълим моделларини *билиши* керак.

Тингловчи:

- виртуал ОАВнинг имкониятлари, устунликлари ва анъанавий ОАВга ўхшаш ва фарқли жиҳатларини таҳлил қила олиш;
- интернет ОАВда онлайн инструментлардан фойдаланиш;
- миллий ва хорижий журналистик таълим моделлари, соҳадаги педагогик тажрибалар ва ютуқларни ўз фаолиятига татбиқ этиш *кўникмаларига* эга бўлиши лозим.

Тингловчи:

- назарий билимлар ва амалий кўникмаларни педагогик фаолиятда қўллаш олиш;
- медиабизнес шароитида ахборот моҳиятини сақлаб қолиш (фейк янгиликлар ва дезинформацияни фарқлаш);
- соҳадаги амалий ва педагогик жараёнларни атрофлича тадқиқ қила билиш;
- соҳа шароитлари ва қонуниятларини ўрганиш, жараёнларни оптималлаштириш *малакаларига* эга бўлиши лозим.

Тингловчи:

- он-лайн журналистиканинг янги медиаформатлари типологияси ва хусусиятлари ажрата олиш;
- он-лайн медиамаконда ахборотни тайёрлаш ва узатишнинг замонавий усуллари амалиётга киритиш;
- замонавий таҳририятларни бошқаришнинг замонавий тенденцияларидан фойдалана олиш *компетенцияларига* эга бўлиши лозим.

Модулнинг ўқув режадаги бошқа модуллар билан боғлиқлиги ва узвийлиги

Глобаллашув шароитида телерадиожурналистика ва медиатеchnологиялар модули, “Кредит модул тизими ва ўқув жараёнини ташкил этиш”, “Илмий ва инновацион фаолиятни ривожлантириш”, “Педагогнинг касбий профессионаллигини ошириш”, “Таълим жараёнига рақамли технологияларни жорий этиш”, “Махсус мақсадларга йўналтирилган инглиз тили”, Глобаллашув шароитида телерадиожурналистика ва медиатеchnологиялар, Коммуникацион сиёсат ва медиаменежмент, XXI асрда журналистик таълим моделлари, ўқув модуллари билан узвий боғланган ҳолда педагогларнинг таълим жараёнида булутли ҳисоблаш, катта маълумотлар ва виртуал реаллик тизимларидан фойдаланиш бўйича касбий педагогик тайёргарлик даражасини оширишга хизмат қилади.

Модул бўйича соатлар тақсимоти

№	Модуль мавзулари	Аудитория ўқув юкلامаси		
		Жами	жумладан	
			Назарий	Амаий машғулот
1.	Интернетнинг ОАВ сифатида шаклланиши. Интернет журналистикасининг ижодий ва технологик, илмий асослари.	2	2	
2.	Вики сайтлар ва уларнинг юзага келиш тарихи.	2	2	
3	Дата журналистика ва унинг миллий журналистикани ривожлантиришдаги роли	2	2	
4	Лонгрид тушунчаси. Лонгрид яратиш учун платформалар medium.com ва tilda.com.	2	2	
5	Миллий интернет нашрларимизда лонгрид ёки сторителлинг технологиялари.	2	2	
6	Canva.com янги визуал жанр сифатида.	2		2
7	Фейк хабарлар ва фотолар тушунчаси.	2		2

8	Ижтимоий тармоқлар ва уларнинг таснифи.	2		2
9	Оммавий коммуникация тизимида блогларнинг тутган ўрни	2		2
10	Журналист ва блоггер фаолиятининг хусусиятлари.	2		2
	Жами: 20 соат	20	10	10

НАЗАРИЙ МАШҒУЛОТЛАР МАЗМУНИ

1-мавзу Интернетнинг ОАВ сифатида шаклланиши. Интернет журналистикасининг ижодий ва технологик, илмий асослари. (2 соат).

- 1.1. Интернетнинг ОАВ сифатида шаклланиши.
- 1.2. Интернет журналистикасининг ижодий ва технологик, илмий асослари
- 1.3. Глобал тармоқдан керакли маълумотларни топиш усуллари.
- 1.4 «Google», «Yahoo», «AltaVista», «Яндекс», «Rambler» ва «Aport» йирик қидирув тизимлари.

2-мавзу Вики сайтлар ва уларнинг юзага келиш тарихи (2 соат).

- 2.1. Вики сайтлар ва уларнинг юзага келиш тарихи
- 2.2. Журналистнинг вики сайтлардан фойдаланиши.
- 2.3. Интернетда мониторинг жараёнининг ўзига хослиги, унда статистик маълумотларнинг қўлланилиши
- 2.4. Журналистика соҳасида иллюстрациянинг роли.
- 2.5. Мобил иловалар ва визуал форматлар.

3-мавзу. Дата журналистика ва унинг миллий журналистикани ривожлантиришдаги роли (2 соат).

- 3.1. Дата журналистика ва унинг миллий журналистикани ривожлантиришдаги роли
- 3.2. Журналистикада визуаллаштириш.
- 3.3 Маълумотлар журналистикасининг замонавий кўринишлари.

4-мавзу. Лонгрид тушунчаси. Лонгрид яратиш учун платформалар medium.com ва tilda.com. (2 соат).

- 4.1. Лонгрид тушунчаси.

- 4.2. Лонгрид яратиш учун платформалар medium.com ва tilda.com.
- 4.3. Лонгриддаги овоз soundcloud.com. “Тирик” фото - thinklink.com.
- 4.4. youtub.comнинг лонгриддаги видеоларни яратишдаги ўрни.

5-мавзу. Миллий интернет нашрларимизда лонгрид ёки сторителлинг технологиялари. (2 соат).

- 5.1. Миллий интернет нашрларимизда лонгрид ёки сторителлинг технологиялари.
- 5.2. Digital Storytelling.
- 5.3. Журналистикада сторителлинг.

АМАЛИЙ МАШҒУЛОТЛАР МАЗМУНИ

Амалий машғулотларда тингловчилар ўқув модуллари доирасидаги ижодий топшириқлар, кейслар, ўқув лойиҳалари, технологик жараёнлар билан боғлиқ вазиятли масалалар асосида амалий ишларни бажарадилар.

Амалий машғулотлар замонавий таълим услублари ва инновацион технологияларга асосланган ҳолда ўтказилади. Бундан ташқари, мустақил ҳолда ўқув ва илмий адабиётлардан, электрон ресурслардан, тарқатма материаллардан фойдаланиш тавсия этилади.

- 1-амалий машғулот.** Canva.com янги визуал жанр сифатида. (2 соат).
- 2-амалий машғулот.** Фейк хабарлар ва фотолар тушунчаси (2 соат).
- 3-амалий машғулот.** Ижтимоий тармоқлар ва уларнинг таснифи. (2 соат).
- 4-амалий машғулот.** Оммавий коммуникация тизимида блогларнинг тутган ўрни (2 соат).
- 5-амалий машғулот.** Журналист ва блоггер фаолиятининг хусусиятлари.

ЎҚИТИШ ШАКЛЛАРИ

Модуллارни ўқитиш жараёнида ишлаб чиқилган ўқув-методик материаллар, тегишли соҳа бўйича илмий журналлар, Интернет ресурслари, мультимедиа маҳсулотлари ва бошқа электрон ва қоғоз вариантдаги манбалардан фойдаланилади.

АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ

I. Ўзбекистон Республикаси Президентининг асарлари

1. Мирзиёев Ш.М. Нияти улуғ халқнинг иши ҳам улуғ, ҳаёти ёруғ ва

келажаги фаровон бўлади. 3-ЖИЛД / Ш.М. Мирзиёев. – Т.: “Ўзбекистон”, 2019. – 592 б.

2. Мирзиёев Ш.М. Халқимизнинг розилиги бизнинг фаолиятимизга берилган энг олий баҳодир. 2-ЖИЛД / Ш.М. Мирзиёев. – Т.: “Ўзбекистон”, 2019. – 400 б.

3. Мирзиёев Ш.М. Миллий тараққиёт йўлимизни қатъият билан давом эттириб, янги босқичга кўтарамиз. 1-ЖИЛД / Ш.М. Мирзиёев. – Т.: “Ўзбекистон”, 2018. – 592 б.

4. Мирзиёев Ш.М. Буюк келажагимизни мард ва олижаноб халқимиз билан бирга қурамиз. – Т.: “Ўзбекистон”. 2017. – 488 б.

5. Мирзиёев Ш.М. Миллий тараққиёт йўлимизни қатъият билан давом эттириб, янги босқичга кўтарамиз – Т.: “Ўзбекистон”. 2017. – 592 б.

II. Норматив-ҳуқуқий ҳужжатлар

6. Ўзбекистон Республикасининг Конституцияси. – Т.: Ўзбекистон, 2018.

7. Ўзбекистон Республикасининг “Таълим тўғрисида”ги Қонуни.

8. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2015 йил 12 июнь “Олий таълим муассасаларининг раҳбар ва педагог кадрларини қайта тайёрлаш ва малакасини ошириш тизимини янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПФ-4732-сонли Фармони.

9. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февраль “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги 4947-сонли Фармони.

10. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 20 апрель “Олий таълим тизимини янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПҚ-2909-сонли Қарори.

11. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 21 сентябрь “2019-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини инновацион ривожлантириш стратегиясини тасдиқлаш тўғрисида”ги ПФ-5544-сонли Фармони.

12. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 27 май “Ўзбекистон Республикасида коррупцияга қарши курашиш тизимини янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПФ-5729-сон Фармони.

13. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 17 июнь “2019-2023 йилларда Мирзо Улуғбек номидаги Ўзбекистон Миллий университетида талаб юқори бўлган малакали кадрлар тайёрлаш тизимини тубдан такомиллаштириш ва илмий салоҳиятини ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПҚ-4358-сонли Қарори.

14. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 27 август “Олий таълим муассасалари раҳбар ва педагог кадрларининг узлуксиз

малакасини ошириш тизимини жорий этиш тўғрисида”ги ПФ-5789-сонли Фармони.

15. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 8 октябрь “Ўзбекистон Республикаси олий таълим тизимини 2030 йилгача ривожлантириш концепциясини тасдиқлаш тўғрисида”ги ПФ-5847-сонли Фармони.

Ш. Махсус адабиётлар

16. Daniel Black, Stephen Epstein and Alison Tokita. Media Flows, Soft Power and East Asia. Monash University. 2010. (1-боб)

17. David Spencer “Gateway”, Students book, Macmillan 2012.

18. English for academics. Cambridge University Press and British Council Russia, 2014. Book 1,2.

19. English for Specific Purposes. All Oxford editions. 2010. 204.

20. H.Q. Mitchell “Traveller” B1, B2, MM Publications. 2015. 183.

21. H.Q. Mitchell, Marileni Malkogianni “PIONEER”, B1, B2, MM Publications. 2015. 191.

22. Herlander Elias. Post-Web. The Continuous Geography of Digital Media. Formal Press Publishing House. Portugal. 2012. Б. 80-88.

23. Lindsay Clandfield and Kate Pickering “Global”, B2, Macmillan. 2013. 175.

24. M.Smikiklas. Infografika. USA. Indiana, Indianapolis: 2014. P. 23-25

25. Model curricula for journalism education: a compendium of new syllabi. UNESCO Series on Journalism Education. Edited and introduced by Fackson Banda. France. UNESCO, 2013.

26. Natalie Denmeade. Gamification with Moodle. Packt Publishing - ebooks Account 2015. - 134 pp.

27. Paul Kim. Massive Open Online Courses: The MOOC Revolution. Routledge; 1 edition 2014. - 176 pp.

28. Robert A. Papper, Edwin C. Rozwenc, Edward C. Martin. Broadcast News and Writing Stylebook. 2012.

29. Steve Taylor “Destination” Vocabulary and grammar”, Macmillan 2010.

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

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

32. Асекретов О.К., Борисов Б.А., Бугакова Н.Ю. и др. Современные образовательные технологии: педагогика и психология: монография. – Новосибирск: Издательство ЦРНС, 2015. – 318 с.
<http://science.vvsu.ru/files/5040BC65-273B-44BB-98C4-CB5092BE4460.pdf>

33. Белогуров А.Ю. Модернизация процесса подготовки педагога в контексте инновационного развития общества: Монография. — М.: МАКС Пресс, 2016. — 116 с. ISBN 978-5-317-05412-0.
34. Вартановой Е. Л. — Основы медиабизнеса: Учеб. пособие для студентов вузов / Под ред. 075 М.: Аспект Пресс, 2009. — 360 с.
35. Вырковский А. В. Редакционный менеджмент в печатных и онлайн-массмедиа: процессный подход, “Медиа Мир”, М.: 2016.
36. Гафурова П.А., Матвиенко В.В. Телевидение Узбекистана: история, проблемы, перспективы // Культура и цивилизация. 2019. Том 9. № 5А. - С. 215-223.
37. Гулобод Қудратуллоҳ қизи, Р.Ишмухамедов, М.Нормухаммедова. Анъанавий ва ноанъанавий таълим. – Самарқанд: “Имом Бухорий халқаро илмий-тадқиқот маркази” нашриёти, 2019. 312 б.
38. Журналистика. 10 жилдли нашр. Т.: Ўзбекистон, 2019.
39. Зимин М. А. Система управления издательским делом : маркетинговые технологии работы с периодической печатной продукцией : дис. ... канд. социол. наук : 22.00.08 / Зимин Максим Андреевич. - М., 2001. - 113 с. ; Часть автореферата [Электронный ресурс].
40. Ибраймов А.Е. Масофавий ўқитишнинг дидактик тизими. методик қўлланма/ тузувчи. А.Е. Ибраймов. – Тошкент: “Lesson press”, 2020. 112 бет.
41. Игнатова Н. Ю. Образование в цифровую эпоху: монография. М-во образования и науки РФ. – Нижний Тагил: НТИ (филиал) УрФУ, 2017. – 128 с. http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/54216/1/978-5-9544-0083-0_2017.pdf
42. Исмаилова К.Ф. Голос перемен. Т.: Насаф, 2011
43. Исмаилова К.Ф. Медиаобразование в Узбекистане: тенденции, проблемы, перспективы// www.journal.fledu.uz. №6(14), 2016. – С.121-126.
44. Исмаилова К.Ф. Основные тенденции развития современного радиовещания Узбекистана// Ўзбекистонда хорижий тиллар. Илмий-методик электрон журнал. Т.2017, №3(17). – С.179-185.
45. Ишмухамедов Р.Ж., М.Мирсолиева. Ўқув жараёнида инновацион таълим технологиялари. – Т.: «Fan va texnologiya», 2014. 60 б.
46. Калмыков А.А. Интернет - журналистика А.А. Калмыков, Л.А. Коханова - М. Юнити - Дана., 2005.
47. Каримов А. Аудиовизуал журналистика. ЎУМ. Т.: ЎзДЖТУ, 2019. – 132 б.
48. Кириллова, Н. Б. Медиакультура и основы медиаменеджмента. : [учеб. пособие] /Н. Б. Кириллова. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2014. – 184 с.
49. Клюев Ю.В. Радиожурналистика: основы профессии. Учеб, пособие / Ю. В. Клюев. СПб. Ин-т «Высш, шк. журн. и мас,

коммуникаций» СПбГУ, 2015. — 151 с.

50. Қосимова Н. Онлайн журналистика. Дарслик.Т., 2019

51. Қосимова Н. Ўзбекистон оммавий ахборот воситалари барқарор ривожланиш манфаатлари йўлидаги таълим соҳасида ҳамкор сифатида. Ўқув қўлланма. – Т.: ЮНЕСКО. 2018.

52. Қудратхўжаев Ш. Интернет: тарихи, тузилиши, техник хавфсизлик. –Т.: Ўзбекистон. 2011.

53. Қудратхўжаев Ш.Т. Интернетда ва ахборот. Ўқув-услугий қўлланма. Тошкент 2012 йил.

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

55. Матякубов А., Дадахонов А. Журналистикада АКТ. (ўқув қўлланма). Т.: Кактус медиа, 2019. – 180 б.

56. 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.

57. Муратова Н.Ф. Интернет журналистика Узбекистана: функционирование Интернет СМИ в условиях глобального информационного рынка”. Монография. Германия, Lab Academic Publishing. 2013.

58. Муслимов Н.А ва бошқалар. Инновацион таълим технологиялари. Ўқув-методик қўлланма. – Т.: “Sano-standart”, 2015. – 208 б.

59. Олий таълим тизимини рақамли авлодга мослаштириш концепцияси. Европа Иттифоқи Эрасмус+ дастурининг кўмагида. https://hiedtec.ecs.uni-ruse.bg/pimages/34/3_UZBEKISTAN-CONCEPT-UZ.pdf

60. Тошпўлатова Н. Саидов Ф. Журналистиканинг ҳуқуқий асослари. Дарслик. – Тошкент., 2019.

61. Усмонов Б.Ш., Ҳабибуллаев Р.А. Олий ўқув юртлирида ўқув жараёнини кредит-модуль тизимида ташкил қилиш. Ўқув қўлланма. Т.: “Tafakkur” нашриёти, 2020 й. 120 бет.

IV. Интернет сайтлар

62. Ўзбекистон Республикаси Олий ва ўрта махсус таълим вазирлиги: www.edu.uz.

63. Бош илмий-методик марказ: www.bimm.uz

64. www.Ziyonet.Uz

65. Открытое образование. <https://openedu.ru/>

II. МОДУЛНИ ЎҚИТИШДА ФОЙДАЛАНИЛАДИГАН ИНТЕРФАОЛ ТАЪЛИМ МЕТОДЛАРИ

“Кейс-стади” методи

“Кейс-стади” - инглизча сўз бўлиб, (“case” – аниқ вазият, ҳодиса, “stadi” – ўрганмоқ, таҳлил қилмоқ) аниқ вазиятларни ўрганиш, таҳлил қилиш асосида ўқитишни амалга оширишга қаратилган метод ҳисобланади. Мазкур метод дастлаб 1921 йил Гарвард университетиде амалий вазиятлардан иқтисодий бошқарув фанларини ўрганишда фойдаланиш тартибида қўлланилган. Кейсда очик ахборотлардан ёки аниқ воқеа-ҳодисадан вазият сифатида таҳлил учун фойдаланиш мумкин. Кейс ҳаракатлари ўз ичига қуйидагиларни қамраб олади: Ким (Who), Қачон (When), Қерда (Where), Нима учун (Why), Қандай/ Қанақа (How), Нима натижа (What).

“Кейс методи”ни амалга ошириш босқичлари

Иш босқичлари	Фаолият шакли ва мазмуни
1-босқич: Кейс ва унинг ахборот таъминоти билан таништириш	<ul style="list-style-type: none"> ✓ якка тартибдаги аудио-визуал иш; ✓ кейс билан танишиш (матнли, аудио ёки медиа шаклда); ✓ ахборотни умумлаштириш; ✓ ахборот таҳлили; ✓ муаммоларни аниқлаш;
2-босқич: Кейсни аниқлаштириш ва ўқув топшириқни белгилаш	<ul style="list-style-type: none"> ✓ индивидуал ва гуруҳда ишлаш; ✓ муаммоларни долзарблик иерархиясини аниқлаш; ✓ асосий муаммоли вазиятни белгилаш;
3-босқич: Кейсдаги асосий муаммони таҳлил этиш орқали ўқув топшириғининг ечимини излаш, ҳал этиш йўлларини ишлаб чиқиш	<ul style="list-style-type: none"> ✓ индивидуал ва гуруҳда ишлаш; ✓ муқобил ечим йўлларини ишлаб чиқиш; ✓ ҳар бир ечимнинг имкониятлари ва тўсиқларни таҳлил қилиш; ✓ муқобил ечимларни танлаш;
4-босқич: Кейс ечимини шакллантириш ва асослаш, тақдимот.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ якка ва гуруҳда ишлаш; ✓ муқобил вариантларни амалда қўллаш; имкониятларини асослаш; ✓ ижодий лойиҳа тақдимотини тайёрлаш; ✓ якуний хулоса ва вазият ечимининг амалий аспектларини ёритиш.

Кейсни бажариш босқичлари ва топшириқлар:

Кейс талаблари бўйича муаммоларни аниқлаш ва уларнинг ечимини топиш (кичик гуруҳларда).

Мавзу: Интернет ривожланган даврда маданиятлараро диалог

1. Интернет ривожланган даврда маданиятлараро диалог борасидаги муаммоларни аниқлаш ва уларнинг ечимини топиш (кичик гуруҳларда).

2. Вертуал медиамаконда турли маданиятлар вакилларининг самарали, нозиддиятли ҳамкорлигини таҳлил этиш, бу борадаги муаммоларни аниқлаш ва уларнинг ечимини топиш (кичик гуруҳларда).

3. Вертуал медиамаконда контент воситасида образ ва ташунчаларнинг интерференциясини аниқлаш ва бу борадаги муаммоларни аниқлаш ва уларнинг ечимини топиш (кичик гуруҳларда).

4. “Юмшоқ куч” тушунчасини изоҳлаш, бу борадаги муаммоларни аниқлаш ва уларнинг ечимини топиш (кичик гуруҳларда).

5. Он-лайн муҳитда замонавий медиаформатларни аниқлаш ва уларнинг ечимини топиш (кичик гуруҳларда).

6. Он-лайн медиамаконда ахборотни тайёрлаш ва узатишнинг замонавий усуллари таҳлил қилиш, бу борадаги муаммоларни аниқлаш ва уларнинг ечимини топиш (кичик гуруҳларда).

7. Он-лайн журналистиканинг янги медиаформатлари типологияси ва хусусиятларини аниқлаш ва уларнинг ечимини топиш (кичик гуруҳларда).

Кейснинг жавоби учун 2 балдан баҳоланади.

“Ассесмент” методи

Методнинг мақсади: мазкур метод таълим олувчиларнинг билим даражасини баҳолаш, назорат қилиш, ўзлаштириш кўрсаткичи ва амалий кўникмаларини текширишга йўналтирилган. Мазкур техника орқали таълим олувчиларнинг билиш фаолияти турли йўналишлар (тест, амалий кўникмалар, муаммоли вазиятлар машқи, қиёсий таҳлил, симптомларни аниқлаш) бўйича ташҳис қилинади ва баҳоланади.

Методни амалга ошириш тартиби:

“Ассесмент” лардан маъруза машғулотларида талабаларнинг ёки қатнашчиларнинг мавжуд билим даражасини ўрганишда, янги маълумотларни баён қилишда, семинар, амалий машғулотларда эса мавзу ёки маълумотларни ўзлаштириш даражасини баҳолаш, шунингдек, ўз-ўзини баҳолаш мақсадида индивидуал шаклда фойдаланиш тавсия этилади. Шунингдек, ўқитувчининг ижодий ёндашуви ҳамда ўқув мақсадларидан келиб чиқиб, ассесментга қўшимча топшириқларни киритиш мумкин.

“Тушунчалар таҳлили” методи

Методнинг мақсади: мазкур метод талабалар ёки қатнашчиларни мавзу бўйича таянч тушунчаларни ўзлаштириш даражасини аниқлаш, ўз

билимларини мустақил равишда текшириш, баҳолаш, шунингдек, янги мавзу бўйича дастлабки билимлар даражасини ташҳис қилиш мақсадида қўлланилади.

Методни амалга ошириш тартиби:

- иштирокчилар машғулоти қоидалари билан таништирилади;
- ўқувчиларга мавзуга ёки бобга тегишли бўлган сўзлар, тушунчалар номи туширилган тарқатмалар берилади (индивидуал ёки гуруҳли тартибда);
- ўқувчилар мазкур тушунчалар қандай маъно англатиши, қачон, қандай ҳолатларда қўлланилиши ҳақида ёзма маълумот берадилар;
- белгиланган вақт якунига етгач, ўқитувчи берилган тушунчаларнинг тўғри ва тўлиқ изоҳини ўқиб эшиттиради ёки слайд орқали намойиш этади;
- ҳар бир иштирокчи берилган тўғри жавоблар билан ўзининг шахсий муносабатини таққослайди, фарқларини аниқлайди ва ўз билим даражасини текшириб, баҳолайди.

Мисол: глоссарийда келтирилган тушунчаларни таҳлил қилиш асосида фундаментал тасаввурга эга бўлиш, мавзунини тўғри тушуниб бориш ва масалаларнинг ечимининг гносеологик илдиз орқали, тушунчанинг таҳлили орқали шакллантириш.

III. НАЗАРИЙ МАШҒУЛОТ МАТЕРИАЛЛАРИ

1-мавзу Интернетнинг ОАВ сифатида шаклланиши. Интернет журналистикасининг ижодий ва технологик, илмий асослари. (2 соат).

- 1.3. Интернетнинг ОАВ сифатида шаклланиши.
- 1.4. Интернет журналистикасининг ижодий ва технологик, илмий асослари
- 1.3. Глобал тармоқдан керакли маълумотларни топиш усуллари.
- 1.4. «Google», «Yahoo», «AltaVista», «Яндекс», «Rambler» ва «Aport» йирик қидирув тизимлари.
- 1.5. *Он-лайн медиамаконда ахборотни тайёрлаш ва узатишининг замонавий усуллари*

Калит сўзлар: ахборот жамияти, онлайн журналистика, фуқаролик журналистикаси, блогсоҳа, конвергенция, рақамлашув (дигитализация), инфотейнмент, эдютейнмент, инфорториал, глобллашув, интерактивлик, ихтисослашув ва тармоқлашув, мультимедиаалилик, гиперматнлилик.

Интернетнинг ОАВ сифатида шаклланиши.

Ҳар қандай тараққий этган жамият ўз ривожланишининг қайси босқичида бўлмасин, инсониятнинг хоҳиш, эҳтиёжларини қондириш учун хизмат қилади. Шундай экан, ҳар қандай давр ўз тараққиёти даврида маданиятнинг турли шакллари яратади. Ушбу шакллар муайян маънода инсоннинг хоҳиш, эҳтиёжларини қондира олади. Биз бугунги кунда оммавий алоқалар тизими кенгаяётган ахборот даврида яшар эканмиз, бунда чексизликдан иборат медиа дунёси муҳим ўрин эгалламоқда.

Ижтимоий тармоқларда анча йиллар маданиятлараро тўқнашувлар юз бергани кузатилган. Бундай курашлар нақадар самарасиз бўлишини ҳаёт ўзи исботлади.

Интернетда маданият мавзусини ёритишда энг асосий мезон – ўзга миллатлар маданиятини ҳурмат қилишдир.

Маданиятлараро тўқнашув – ўзга миллатлар маданияти ва миллий кадриятларини емириш, унинг ўзрига ўзининг маданиятини тикиштиришга қаратилган ҳаракатдир. Вертуал олам бундай курашлар учун жуда қулай восита. Бироқ, ҳақиқий маданиятли инсонлар ўзгалар маданиятини барбод қилиш учун ҳаракат қилмайди. Ҳар бир халқ ўз маданиятини асраш ва ривожлантиришга интилади. Диний бағркенглик ва ўзаро тотувлик қанчалик муҳим аҳамият касб этса, маданиятлараро уйғунлик ҳам шу қадар муҳимдир. Аслида турли халқларнинг маданияти бир-бирини бойитишга хизмат қилади. Қўштирноқ ичидаги “маданият” қайси мамлакатда пайдо бўлса ё урчиб кетса, у ўша халқ маданиятининг кушандасига айланади. Шунинг учун тамаддун – умумбашарий маданият ривожига хизмат қилиши зарурлигини кўпчилик эътироф этади.

Гуманизм – барча миллатлар, халқлар учун бирдек қадрли. Вертуал медиамаконда турли маданият вакиллари ана шу ҳаёт ҳақиқатини теран

англаган ҳолда маънан бирлашишга ҳаракат қилади. Шунинг учун вертуал оламда ўз-ўзидан самарали, нозиддиятли ҳамкорлик давом этаётгани кузатилмоқда.

Ҳозирги пайтда деярли бирор ижтимоий тармоқда бир-бирининг урф-одатларини, анъаналарини, маданиятини камситишга қаратилган саъй-ҳаракат кузатилмайди. Ирқий камситишларга аллақачон барҳам берилгани каби бирор миллатнинг маданиятига тажовуз қилиш ҳоллари учрамайди. Вертуал оламда бугун тафаккурли жамиятлар вакилларининг гуманистик қарашлари, ўзаро ҳурматга асосланган муносабатлари кузатилмоқда.

Сўнгги йилларда ахборот оқимининг бир неча баробар тезлашиши, ижобий маълумотлар билан бир қаторда салбий характердаги ахборотнинг кўпайиши медиасаводхонликка эга бўлиш заруратини кўйди. Анъанавий тарзда медиасаводхонлик шахснинг адабий асарларни таҳлил эта олиш ва сифатли матнларни яратишдан иборат бўлган. Бугун медиасаводхонлик – бу ахборотнинг нега ва нима учун узатилаётганлигини билиш демакдир.

Медиасаводхонлик тушунчаси борасида олимларнинг турли фикрлари мавжуд бўлиб, Лондоннинг Қироллик университети профессори С.Файрстоуннинг фикрига кўра эса, медиасаводхонлик бу ҳаракат бўлиб, унинг асосий вазифаси инсонларни аудиовизуал ва босма матнларнинг маданий аҳамиятини тушуниш, яратиш ва баҳолашга ундашдан иборат. Инглиз сиёсатшуноси Р.Кибей эса медиасаводхонликни турли хил шаклларда маълумотларни узатиш, уларни таҳлил этиш ва баҳолаш деб тушунади. М.Гуэттерз эса мультимедиасаводхонлиги ўз ичига мультимедиа хужжатларини шакллантиришга қаратилган тилларни билиш, ахборотни қайта ишлашга қаратилган қурилма ва усуллардан фойдалана олиш, янги мультимедиа технологияларини билиш ва уларни баҳолай олиш, медиаматнларни танқидий қабул қилишни ўз ичига олади дейди.

Медиасаводхонлик инсон жамиятда фуқаролик масъулиятини ҳис қилган ҳолда, медиамаҳсулотларни қабул қила олиши, яратиши, таҳлил эта олиши ва баҳолаши, замонавий медианинг ижтимоий-маданий ва сиёсий мазмунини тушуна олишдир.

Медиасаводхонлик ҳар бир ахборотга рационал ёндашиш ва холис қараш ҳамда интернет орқали узатиладиган салбий ғояларини ўзида ифода этувчи ахборотларни моҳиятини тушунган ҳолда таҳлил қилишдир.

Медиамаданият ва медиасаводхонлик бир-бирига узвий ҳолда акс этади, ривожланади. Бугунги кунда медиамаданият, медиасаводхонлик, медиатаълим каби йўналишларни янада такомиллаштирилиши ҳамда бунга турли ижтимоий институтлар ва тизимларнинг таъсир даражасини чуқурроқ таҳлил этиш муҳим саналади. Шу билан бирга, медиамаданият ва медиасаводхонлик ролининг ўсиши (мамлакат ва минтақа, ҳукумат ва жамият, жамият ва шахс ўртасида боғловчи восита сифатида), медиамухитда содир бўлаётган ўзгаришлар характери ҳамда унга таъсир қилувчи ижтимоий маданий омилларнинг сабабларини аниқлаш бугунги давр нуқтаи назаридан муҳим ҳисобланади.

Шахс ва маданиятнинг ўзгариши ёш авлоднинг жиддий муаммоларга дуч келишига сабаб бўлмоқда. Бундай ўзгаришлар, асосан, оммавий ахборот воситаларининг таъсири остида цивилизациянинг тараққий этиши билан боғлиқ ҳолда содир бўлмоқда.

Бизга маълумки, оммавий ахборот воситалари мамлакат ва дунёдаги янгилик ва хабарларни узатиш орқали шахснинг дунёқараши ва билимини оширишга хизмат қилади. Оммавий ахборот воситалари каналлари орқали узатиладиган кичик хабардан тортиб, йирик таҳлилий материалгача, ҳаттоки реклама ва эълонлар ҳам аҳолига энг сўнгги янгиликлар, товарлар ва хизматлар соҳасидаги ўзгаришлар ҳақида маълумот берар экан, аҳолига замоннинг энг сўнгги ютуқларидан бохабар бўлишга, улардан фойдаланиб яшашга ўргатади. Таъбир жоиз бўлса, оммавий ахборот воситалари орқали бундай таъсир, яъни шахс билими, дунёқараши ва яшаш тарзига таъсир этиш инсоннинг бутун ҳаёти давомида узлуксиз тарзда ҳар куни амалга ошади. Кундалик ҳаётида интернет технологиялари ва мобил телефонлардан фаол фойдаланаётган ёшлар учун эса мазкур жараёнлар янада фаолроқ рўй бермоқда. Ҳозирга келиб, таълим муассасаларида дарс машғулотларида айнан телевизион маҳсулотлар, видеолавҳалар, матбуот нашрлари материаллари, интернет саҳифаларида эълон қилинган материаллардан унумли фойдаланиш кенг оммалашаётганини эътиборга олсак, медиатаълим асосида медиамаданият ва медиасаводхонлик ёшлар турмуш тарзининг муҳим қисмларидан бирига айланиб бораётганини кузатиш қийин эмас.

Интернет журналистикасининг ижодий ва технологик, илмий асослари.

Бугунги кунда медиатаълим, медиасаводхонлик, медиамаданиятни ўрганишга бўлган интилишнинг асосий мақсади мафкуравий таҳдидларни ўзида акс эттирган ахборотларнинг яратилиши, унинг тарқалиш сабабларини тушуниб етиш, тижорат, сиёсий, иқтисодий, маънавий ва маданий мақсадларда тарқатилаётган бундай салбий ахборотларнинг асл мақсадини тўғри англаган ҳолда уни баҳолай олишдан иборатдир. Шунингдек, ёшларни ахборот билан ишлаши, ахборот қидириши, зарурларни ажрата билиши, қайта ишлаши, тартибга келтириши, ахборот мазмунини тушуниш мантикий яқинларини ажратиши муҳим масалалар сирасига киради. Чунки шулар асосида ёшларда ахборот истеъмол маданияти шаклланади. Шунинг баробарида ахборот-коммуникация воситалари ёшлар таълим жараёнининг муҳим қисмига айланар экан, турли оммавий ахборот воситалари материаллари, хусусан, халқаро ҳаёт, бошқа давлатлар аҳолисининг яшаш тарзи ҳақидаги таҳлилий ахборот материаллари, халқаро характердаги рекламаларни узатишда уларнинг давлатимиз ёшлари дунёқарашига қандай таъсир этиши мумкинлигини ҳисобга олиш зарур. Ёшларнинг интернет тармоғига кўп ташриф буюришини эътиборга олиб, тармоқда миллий ахборот тизими ва манбаларини янада бойитишга ҳаракат қилиш керак. Ёшларнинг интернетдаги ахборот хуружларидан ҳимоялашда шу давргача глобал маконда миллий ахборот манбаларини кучайтириш тажрибаларини

ўрганган ҳолда, ўзбек тилидаги фойдали сайтлар мазмунини бойитишга интилиш зарур бўлади. Замонавий жамиятда ижтимоий модернизация жараёни, фуқаролик жамиятининг шаклланиш жараёнлари, албатта, XXI асрда яшовчи шахснинг медиамаданияти ва медиасаводхонлиги билан узвий боғлиқ.

Давлат жамиятни нафақат бошқариши, балки одамлар билан муроса қила олиши ҳам керак. Иккинчиси кўпгина муаммолар ечимига хизмат қилади. Демак, мажбурлаш ёки кўрқитишдан кўра, келишиш ва кўндириш минг чандон афзал. Бунинг учун маъмурий-буйруқбозлик усули юмшоқ кўрсатмаларга алмаштирилса кифоя.

Замонавий истилоҳда бундай ёндашув “туртки бериш назарияси” (инглиз тилида “nudge theory”), деб юритилади. Уни америкалик иқтисодчи, Чикаго университети профессори Ричард Талер яратган. 2017 йилда олим мазкур соҳадаги изланишлари учун Нобель мукофотига сазовор бўлди.

Талер инсон ақлли мавжудот бўлишига қарамай, ўз хатти-ҳаракатлари ва қарорларида ҳамма вақт ҳам оқилона йўл тутмаслигини исботлаб берди. Ваҳоланки, анъанавий иқтисодиётда бунга тамоман тескари қараш ҳукмрон. Яъни шу чоққача инсонга рационал индивид сифатида қаралган.

Туртки бериш назарияси эса тез орада ушбу фикрни чиппакка чиқарди. Чиндан ҳам реал ҳаётда биз билиб-билмай мантиққа зид ишлар қилиб кўйишимиз мумкин. Масалан, автомобиль сотиб олмоқчи бўлган оила унинг русуми, ҳажми ва рангини олдиндан ўйлаб кўйганига қарамай, негадир харид вақтида мутлақо бошқа тўхтама келади. Шунга ўхшаш ҳолатлар жуда кўп. Бундай жумбоқли психология илмда “қизиқишга асосланган иқтисодиёт” тушунчасининг пайдо бўлишига туртки берди.

У дунёнинг 160 дан зиёд мамлакатада мавжуд. 30 дан ортиғида туртки бериш назарияси давлат бошқаруви секторида жорий этилган ва бу бўйича махсус тузилмалар фаолият кўрсатмоқда. АҚШ, Буюк Британия, қатор Европа мамлакатлари мазкур метод ёрдамида юқори натижаларга эришди. Мактаб ўқувчиларида соғлом овқатланиш кўникмасини шакллантириш, солиқ тўловлари бўйича қарздорликни бартараф этиш, кўчаларни чиқиндилардан тозалаш, йўл ҳаракати қоидаларига итоаткорликни кучайтириш каби ижтимоий аҳамиятга молик долзарб масалалар ижобий ҳал этилган. Демак, “юмшоқ” кўрсатмаларни Ўзбекистонда ҳам бемалол татбиқ этса бўлади. Шу мақсадда БМТ Тараққиёт дастури “Самарали давлат бошқаруви ҳамда рақамли трансформация жараёнларига кўмаклашиш” лойиҳасини ишлаб чиқди.

«Юмшоқ куч» – мажбурлаш ёки кўрқитишдан кўра одамлар билан юмшоқ тарзда муроса қилиш, келишиш, муаммоларни юмшоқлик билан ҳал қилиш демакдир.

«Юмшоқ ҳукумат» – «юмшоқ куч» усулида фаолият юритаётган ҳукумат сифатида баҳоланади.

Турли муносабатларда АҚШ маъмурияти фойдаланадиган технология – «soft power», яъни, «юмшоқ куч» ёки «юмшоқ ҳукумат» номи остида маълум. Шу номдаги концепцияни Гарвард университети профессионали Джо Най

илмий муомалага киритган. Уни, албатта, АҚШ глобал ҳукмронлигини мустаҳкамлаш учун ривожлантирган. Ушбу концепцияга кўра, ҳозирги миллатлар, қоидага кўра, ҳокимликка эришишнинг учта асосий усулига эга:

биринчидан, куч ишлатишни таҳдид қилиш йўли билан;

иккинчидан, мукофотлар ёрдамида келишувга эришиш йўли билан;

учинчидан, ҳокимликка ишонтириш кучи, маданий таъсир этиш кучи, нуфузли намуна кучи орқали эришиладиган «юмшоқ куч» ёки «юмшоқ ҳукумат» усулидан фойдаланиб.

«Юмшоқ куч»ни ўзининг мамлакат ва жамиятни ташкил қилиш моделига бошқа мамлакатлар ва жамиятларни жалб қилиш учун бошқарувда жалб этувчан маданий моделлардан фойдаланиш технологияси деб аташ мумкин. Янги тарихда айнан америкаликлар бу технологиядан, фақат ўз манфаатлари йўлида самарали фойдаланишни ўрганиб олган миллатлардан бири бўлди.

«Google», «Yahoo», «AltaVista», «Яндекс», «Rambler» ва «Aport» йирик

Демократия, инсон ҳуқуқлари, имкониятлар тенглиги каби американинг кўплаб қадриятлари «темир парда» ортида тарқатилган, кўплаб халқларда америкача турмуш тарзига тақлид қилиш, «штатлардаги» каби яшаш истагини уйғотган.

АҚШга нисбатан бу муҳаббатни нима қилиш кераклигини эса охиригача ўргатишмаган. Шу туфайли америкача турмуш тарзини ёқтириб қолган одамлар кейинчалик, масалан, СССР каби, бу уларга «штатлардаги» каби яшаш имконини беради деб ўйлаган ҳолда ўз қўллари билан ўз мамлакатларини парчалаб ташлаган.

Америкаликлар нима дема, қолган халқлар шуни илиб олиб, улардан илтимос қилиниши ёки талаб қилиниши билан тақрорлай бошлашининг сабаби нимада? Чунки АҚШ ўтган йиллар давомида инсоният кўз олдида дунёдаги энг ривожланган, гуллаб-яшнаётган мамлакат барпо эта олган бу дунёнинг етакчлари сифатида улкан нуфузга эга бўлди. Улар «soft power» ёрдамида юмшоқлик билан халқларни уларнинг йўл-йўриқларига амал қилишга мажбур қиларди.

Замонавий америка маъмурияти томонидан йўлдан урилган кўплаб ҳукмдор режимлар исломга нисбатан вазиятни кескинлаштира бошлади. Америкача турмуш тарзидан сармаст бўлган ҳолда кўплаб мусулмонлар исломдан воз кечди ва ғарбона турмуш тарзини танлади.

Юмшоқ куч технологияси ёрдамида америка маъмурияти томонидан СССР ва мусулмон давлатларда тўлалигича АҚШга қарам бўлган зиёлилар ва элита авлоди тарбиялаб вояга етказилди. Бу авлод, ўз мамлакатининг манфаатларини ёддан чиқариб, тўлалигича АҚШ манфаатларини таъминлаш йўлида ишлай бошлади.

Бутун дунё бўйлаб миллионлаб кишиларнинг ақлини олган бу технология уларни ширин тушлар билан сармаст қилиб қўйди, уларни қалбини шунчалик йўлдан урдик, улар ўз маданиятини, мамлакати манфаатларини, ўз халқи манфаатларини осонлик билан сотиб юборди. Оқибатда бу одамлар СССРда бўлгани каби кўр-кўрона ўз мамлакатини

парчалаб ташлаш, Болқон ёки Кавказдаги каби этник «тозалаш»лар йўлини танлади. Ҳаммаси – «АҚШдаги каби яшаш»га интилган ҳолда. Лекин вақт шуни кўрсатдики, буларнинг барчаси сароб, афсона экан...

21-асрнинг 20-асрдан фарқли ўлароқ, қайси давлат «юмшоқ куч»ни кўпроқ ишлатса, ғолиблик ўша томонда. 21-асрда танк, ракета ёки аскарлар орқали эмас, балким турк сериаллари, Корея поп эстрадаси, глобал инглиз тили, Голливуд фильмлари ва умуман олганда «юмшоқ куч» орқали давлатларнинг маънавияти забт этилмоқда. Бу эса, ўз навбатида хорижий давлатлардаги қайсидир бир ғояларнинг мухлислари сонини кўпайтиришга ёрдам беради...

Демак, бугунги интернет-журналистлари «юмшоқ куч» ҳақида пухта билим ва тасаввурларга эга бўлишлари зарур.

Он-лайн медиамаконда ахборотни тайёрлаш ва узатишнинг замонавий усуллари

Он-лайн нашрларга қўйиладиган талаблар талайгина. ОАВ фаолиятидаги асосий мақсад – коммуникацион маконда ахборот етказиб бериш вазифаси ўзгармай қолади. Шунингдек, қуйидаги журналистик хусусиятларга эга бўлиши даркор:

- ижтимоий воқеликларни ва журналистнинг ижодий «мени»ни акс эттириши;
- ахборот манбаси мақомини олиши;
- у ёки бу коммуникация воситаларини яратади;
- халқаро ва маҳаллий журналистик уюшмалари томонидан қабул қилинган қоида ва меъёрларга риоя қилиш;

Бугунги кунда ёшларнинг 90 фоизи ахборот, маълумот, қўйинки, топшириқларни бажариш жараёнида интернетга мурожаат қилмоқдалар. Шу маънода глобал маконнинг имкониятлари ва ўзига хосликларини ўрганиш муҳим аҳамиятга эга. Интернетдаги медиани таснифлашда М.М.Лукина интернет тармоғидаги ОАВни қуйидаги уч гуруҳга бўлиб ўрганишни таклиф этади: «клонлар», «гибридлар» ва «оригиналлар».

Мамлакатимизда интернет тармоғи орқали гиперматн кўринишдаги ижтимоий аҳамиятга эга ахборотларни тарқатиш манбаларини шартли равишда уч гуруҳга ажратиш мумкин. Кипермаконда яратилган ва фақат шу маконда витуал кўринишда мавжуд интернет нашрлари ва анъанавий газеталарнинг электрон шакллари.

Интернетга илк кириб келгани ҳам айнан «клонлар» анъанавий ОАВнинг электрон шакллари ҳисобланади.

«Клонлар» эски типдаги контекстнинг янги кўринишдаги ифодаси бўлиб, тўлақонли интернет ОАВ ҳисоблаш қийин.

Мисол сифатида «Халқ сўзи», «Народное слово», «Хуррият» ва бошқа бир қатор анъанавий нашрларни келтириш мумкин.

Эски ОАВ асосий негизларидан фойдаланса ҳам ахборот потенциали ва кадрлар ресурслари, мустақил фаолияти, мунтазам равишда янгиланиб туриши ҳисобига энг юқори даражали Интернет ОАВ бу «Гибридлар»дир.

Улар ўз аجدодларидан жуда тезкор ва ўзгачалиги билан фарқ қилса уларни эски контентини сақлаб қолган.

Анъанавий ва янгича ОАВ хусусиятларини бирлаштирган ҳолда фаолият юритаётган «Даракчи» ва «Uzbekistan today» газеталари сайтларини мисол қилиш мумкин.

Ниҳоят, «оригинал ОАВ» – бу фақат Интернетда яратилган ва ахборотларни Интернет учун ишлаб чиқариш, сақлаш ва тарқатишда тармоқ хусусиятларидан фойдаланадиган, бошқа аналоглари йўқ бўлган Интернет медиадир. Бу янги турдаги медиа ҳисобланиб, мисол сифатида «Kun.uz», «Daryo.uz», «Gazeta.uz» онлайн нашрларини келтиришимиз мумкин.

Юқорида келтирилган классификация айти ишни очиб беришда муҳим ўрин тутди. Он-лайн журналистика – маҳсулотларнинг илгариги ифода услуби ва янгиликларни янгилашдаги юқори тезлик, сўз ва суратларнинг, босма ва визуаль типдаги контентнинг тўқнашувидир.

Интернетдаги ижтимоий ахборотлар соҳасини ўрганиш ва шакллантириш ва онлайн журналистиканинг ривожланиш истиқболлари тадқиқ этишда муҳим саналади.

Айнан шу йўналиш кўпчилик мутахассиларни кўпроқ қизиқтиб, диққатини тортмоқда бу масала даражада жамиятни ахборот билан таъминлаш муаммоси билан боғлиқ.

Бунга сабаб, кўпчилик ҳолларда жамиятни ахборотлаштириш, шунингдек янги тармоқ технологияларини ривожлантириш жараёни тўлоқонли технологик ва моҳиятига кўра чуқур ижтимоий жараёндир.

Шу сабабли, биз А.Ратикова таклиф қилганидек ахборот билан таъминлашдек глобал жараён хусусиятларини квалификациялашни унга комплекс ижтимоий-технологик революция сифатида қарашимиз ўринлидир.

Ўтказилган тадқиқот таҳлиллари айти хулосаларга олиб келди: чет эл ва мамлакатимиз адабиётида кўп янги масс-медиа, шунингдек интернетда онлайн нашрлар юзага келиши ва ривожланишини очиб берадиган бир қатор нуқтаи назарлар кўп миқдорда ва қизиқарли маълумотлар учрайди.

Бироқ айти вақтда «Ўзнет»даги онлайн нашрлар ҳолати, шунингдек Ўзбекистондаги онлайн журналистика етарлича ўрганилмаган, тадқиқотимизда айти нашрлар мисолида таҳлил, классификация қилишга ва етакчи нашрлари билан таққослаб ўрганишга ҳаракат қилдик.

Мамлакатимизда интернет журналистикасини ўрганаётган мутахассислар электрон нашрларни икки турга бўлишади:

Босма ва электрон оммавий ахборот воситаларининг версиялари (www.marifat.uz, www.mtrk.uz, www.grand.uz);

Соф интернет-нашрлар: анъанавий ОАВда ўз оригиналига эга бўлмаган ахборот хизматлари ва порталлар. Масалан, www.kun.uz, www.UzDaily.uz, www.gazeta.uz ва бошқалар.

(Баъзи манбаларда учинчи тур сифатида тармоқдаги электрон ваколатхоналар – қонун чиқарувчи органлар, [давлат тизимлари](#), корхоналар, муассасалар, ташкилотлар, ҳаракатлар, партиялар ва бошқаларнинг веб-сайтлари ва порталлари (www.gov.uz) киритилади).

Мазкур бўлинишга кўра, биринчи тур-анъанавий ОАВнинг электрон версияларида оригиналнинг тузилиши ва мазмуни акс этади, иккинчи тур эса Интернет – ОАВ интерфаол ва мультимедиа муҳитига мос равишда ўз тузилмаларини қурган ва индивидуал медиа стратегияларини ишлаб чиққан электрон нашр ҳисобланади. Бугунги кунда ўзбек онлайн-журналистикаси авҳолини қониқарли деб бўлмайди. Тўлақонли маънодаги журналистикага ҳали жуда кўп қилинадиган ишлар бор. Умуман олганда, бу соҳанинг охирига ҳали ҳеч ким етиб бормаган. Ўзбекистон интернет маконида ўзбекча [онлайн-нашрлар сони жуда кам](#), борлари ҳам ҳаддан ташқари расмий, ўқиш қийин бўлган манбалар ҳисобланади.

Контент эса асосан таржима орқали тўлдирилади. Асосан русча, кунда-кунора инглизча манбалардан таржимала бериб борилади. Ачинарлиси, баъзан Ўзбекистон давлат органлари (масалан, ТИВ) ахборотларидан таржима қилиб берилади. Шунингдек, француз, араб ва бошқа тиллардан ҳам таржималар – аслида рус ёки инглиз тилидан таржималар жойлаштириб борилади.

Kun.uz интернет нашри мисолида ўрганадиган бўлсак, контентнинг ўзига хослигини бу ҳар бир хабарда манба борлигидир. Манбага жонли ҳавола (hyperlink) берилган.



Kun.uz да асосан ЎЗА, Туркистон-пресс, Халқ сўзи ва бошқа ўзбекча газеталарнинг сайтлари, Daryo.Uz (ва онда-сонда ўзбекчада шов-шувли ёзадиган ҳамма ўзбекча сайтлар), вазирлик, идора ва ташкилотларнинг ўзбекча ахборотларидан маъба кўрсатилиб (копи-паст) хабарлар берилади.

Ҳар бир хабарда манба кўсатиш, гиперматнлардан фойдаланиш тажрибасини Россиянинг оммабоп интернет

нашри “lenta.ru” фаолиятида ўзига хос ўрин тутади.

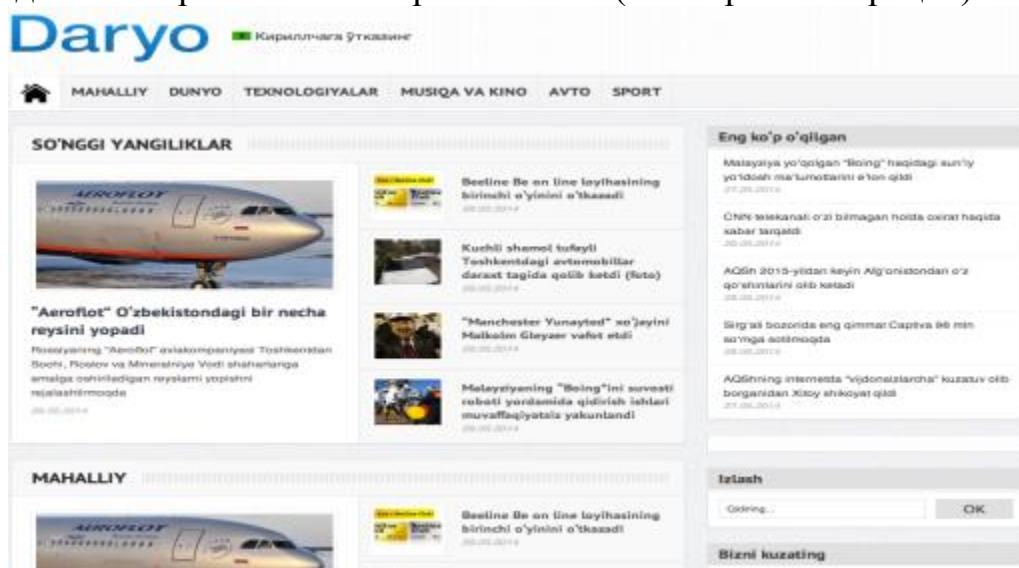
“Kun.uz” да ва бошқа ўзбекча нашрларда (русчаларида эмас) контент тўрт хил йўл билан шакллантирилади. Умуман олганда, ҳозир бутун дунёда шундай:

- 1) Таржима
- 2) Копи-паст (манба кўрсатиб кўчириш)
- 3) Ижтимоий тармоқлар (ОАВга айланаётган пабликлар)
- 4) Эксклюзивлар (камёб ҳодиса)

“Лента.ру” нашрининг энг яхши анъаналари бири – ахборотда қайсидир саволлар очик қолган бўлса, ўша савол очик қолгани ҳақида хабар берилади – “фалон нарса дейилган, лекин қандай бўлгани ҳақида маълумот берилмаган”.

Рақамларга эътибор берсак, “Kun.uz” нашрида шу кунгача Ўзбекистон ва жаҳон ҳаётига оид 6,5 мингта материал эълон қилинган.

- Лотин ёзувида фаолиятини бошлаган “Daryo.uz” нашри 2014 йил баҳорида кириллча версияни (авто-транслитерация) йўлга



кўйди.

Интернет — жанр ҳақидаги тушунчаларни ўзгартириб юборяпти. Баъзи жанрлар ўз хусусиятларини йўқотиши, жанрлар қоришиб кетиши, аудитория эҳтиёжи, талабидан келиб чиқиб, янги жанрлар пайдо бўлиши кузатилмоқда. Тадқиқотчилардан бири шундай фикр билдиради: «Интернетда анъанавий матбуот, радио ва телевидение жанрлари ўртасидаги чегараларнинг бузилиб, жанрни ҳосил этувчи жиҳатлар бир-бирига қўшилиб, уйғунлашиб кетишига олиб келади»¹.

Интернет журналистика чекланмаган макон ва гиперматн имконига эгаллиги сабабли унда исталган ҳажмдаги материални жойлаштириш, сурат, овоз, тасвир билан бойитиш ва таъсирчанлигини ошириш мумкин. Танганинг икки тарафи бўлгани каби бунинг ҳам ижобий, ҳам салбий томони бор. Чекланмаган макон исталган ҳажмда материал жойлаштириш имконини берсада, ўша макондан унумли фойдаланиш, жанр хусусиятларини сақлаб қолиш масъулиятини юклайди.

Бугунги кунда инсонларнинг ахборотга олишга бўлган талаби ошиб бормоқда. Шу сабаб он-лайн журналистлар ва интернет аудиторияси ўртасида янгиликлар, яъни инфорацион жанрларнинг ортиб бораётганини кўриш мумкин. www.kun.uz, www.UzDaily.uz, www.gazeta.uz каби электрон нашрлар айнан ахборот жанридаги материалларни беради ва бу сайтлар топ-рейтингнинг олди қаторларида туришади. Масалан, www.kun.uz сайтига бир кунда ўртача 20 тадан 30 тагача хабар қўйилади. Сайтлар топ-рейтингининг 2-ўрнида турган ушбу сайтга бир кунда 16574 нафар фойдаланувчи ташриф буюради.

Ахборот сайтларини кузатиб, уларнинг тили ҳам ўзига хослигига, унда аниқлик, лўндалик, тушунарлик етакчилик қилишига амин бўлдик.

Тадқиқотчиларнинг фикрича, оперативлик биринчи поғонага чиққан глобал интерактив журналистикада тезкорликни унча талаб қилмайдиган айрим жанрлар (очерк, эссе) камроқ қўлланилмоқда. Аммо таҳлилий жанрлар ўз қимматини йўқотгани йўқ.

Қолаверса, сайтлардаги мақолаларга ўқувчи ўз фикрини ёзиб қолдириш (комментарийлар) имкони шарҳ жанри элементлари оммалашиб бориши, шарҳлаш журналистикаси янги қиёфада намоён бўлишига олиб келмоқда.

Сўнгги вақтлар мамлакатимизда он-лайн анжуман, мулоқотлар ўтказиш кенг тус олмақда. «Ўзбекистон маданияти ва санъати форуми» жамғармаси ҳар йили ўтказадиган ҳисобот он-лайн мулоқоти, www.uzedu.uz сайтида Халқ таълими вазирлиги олиб борадиган он-лайн мулоқотлар, шунингдек, «Камолот» ЁИХ томонидан «Мустаҳкам оила йили»га бағишлаб ўтказилаётган он-лайн суҳбатларни бунга мисол қилиш мумкин. Мазкур мулоқотлар жанри кўпроқ блиц-интервьюга яқин туради. Яъни бир қанча қатнашчилар иштирокида у ёки бу мавзу юзасидан фикр-мулоҳаза алмашинади, савол-жавоб ўтказилади.

Интернет журналистикада ривожланиб бораётган жанрлардан яна бири мониторинг – муҳим воқеа-ҳодисаларни мунтазам кузатиб, кетма-кет тадрижий ривожланишини бериш, унга доир хабарларни тезкор янгилаб туриш кучайиб бормоқда.

Интернет журналистика жанрлари орасида кичик мақола ҳам алоҳида ўрин тутаяди. «Интернет тармоғида кичик мақоланинг деярли барча турлари (мақола, анонс, аннотация, кичик рецензия, тақриз) кенг тарқалган». Мамлакатимиздаги босма нашрларнинг электрон версиялари аксариятида интернет аудиторияси инобатга олинмай, техник имкониятлардан тўла фойдаланмай босма нашрдаги материаллар қандай бўлса, шундайлигича жойлаштирилиши уларда интернет журналистиканинг ўзига хос жанрлари юзага келишига тўсқинлик қилмоқда. Умуман олганда интернет журналистика жанрлари ҳали тўлалигича ўрганилгани, илмий асослангани йўқ. Глобал тармоқда юзага келаётган янги жанрларни ўрганиш ва тадқиқ қилиш олдимиздаги вазифалардан биридир.

Интернет журналистика соҳасида биз санаб ўтган ва шу каби бошқа муаммолар, хусусан, яхши мутахассислар, юқори билим ва малакага эга интернет журналистлари етишмаётгани сабаб юзага келмоқда. «Журналист кадрлар илк газеталар нашр этилгандан 2 аср ўтгачгина тайёрлана бошланди. Бу заруратни матбуотнинг кўпайиб бориши ва таъсири куяйиб бориши, фақат янгиликлар эмас, таҳлилий материаллар, профессионал шарҳларга бўлган талабнинг ортиши ҳам белгилаб берди».

Он-лайн журналистика ривожланар экан, интернет журналистларига бўлган эҳтиёж ҳам ортиб бораверади ва айни дамда уларга катта талаб қўяди.

Интернет журналистининг ОАВнинг бошқа турларида хизмат қилаётган журналистлардан фарқи шундаки, у бир вақтда телевидение, радио ва босма нашр журналисти хусусиятларини ўзида жамламоғи керак. Глобал тармоқ журналисти ахборот беради, мамлакатимиз ва дунёда рўй бераётган воқеа-ҳодисаларга муносабат билдиради, ўз баҳосини беради, ҳам ўша хабарни сурат билан бойитади. Интернет журналисти аудиторияга яқин бўлиши, уни нима қизиқтиришини, у учун қайси мавзулар долзарб эканини билиши, баъзи муҳим мавзуларни олдиндан сезиши лозим.

Интернет фойдаланувчиси эътиборини тортиш, унинг бошқа сайтларга ўтиб кетмаслигини таъминлаш учун он-лайн журналистидан юксак маҳорат сўралади. Ёзган ҳар қандай хабар ёки мақоласининг сарлавҳаси, дастлабки 100 та сўзи, ёнида берган фотосурати (бунда журналистдан фотоаппарат билан ишлай олиш кўникмасига ҳам эга бўлиши талаб қилинади) ўқувчида қизиқиш уйғота олишига эришиш, шу орқали [сайт рейтинги](#), унга ташриф буюрувчилар сонини ошириш мумкин.

Тадқиқотчилар интернет журналисти эга бўлиши керак бўлган сифатлар устида бош қотириб, турли хулосаларга келмоқда. Масалан, филология фанлари номзоди Наргис Қосимова интернет журналистининг 12 қоидаси сифатида қуйидагиларни келтиради:

«Аниқ нарса ҳақида гапириш;
Тайёрланиш ва эшитиш;
Саволларни маълум шаклга солиш;
Тинглай олиш;
Интервьюнинг турларидан самарали фойдалана олиш;
Воқеалар ривожини кузатиб бориш ва баён этиш;
Янгиликларни воқеа ривожини асосида янгилаб бориш;
Тил маданиятига эътибор бериш;
Янги талқинларни яратиш;
Қисқалик ва лўндалик;
Оқибатларга нисбатан бетарафлик;
Вақт билан собитқадам бўлиш».

Рус тадқиқотчиларидан Александр Амзин ўзининг «Янгиликлар интернет журналистикаси» китобида он-лайн журналистининг 140 қоидасини санади ва қуйидаги тавсияларни беради:

«Аввал энг муҳимини, кейин қолганларини ёзинг;

Янгиликлар матнида сизнинг шахсий муносабатингиз бўлмаслиги керак. Ҳиссиётларга йўл қўйманг;

Сиз матн эмас, гиперматн ёзясиз. Шу сабаб ўқувчига тушунарлироқ бўлиши учун керакли жойларда ссылкалар қўйишни унутманг;

Мумкин бўлган барча ижтимоий тармоқ ва блог сайтларига аъзо бўлинг;

Блогларни ўқиб боринг – бу воқеа-ҳодисаларга инсонларнинг ҳақиқий муносабатини билиш имконидир;

HTML тилини ўрганинг – келажакда қандай соҳани эгаллашингиздан қатъий назар бунинг фойдаси бор;

Доим биринчи манбани топишга ҳаракат қилинг. Қайта сўзлаб берувчиларга ишонманг».

Таҳлиллар шуни кўрсатадики, ҳозирги пайтда қатор сайтлар тез-тез янгиланиб турилмайди, улардаги рукнларнинг айримлари амалда фаолият юритмайди, мақолалар интернет аудиторияси ҳисобга олинмасдан, қандай бўлса шундайлигича, ҳеч бир ҳаволаларсиз, фақат газета чиққан кундагина жойлаштирилади. Айрим сайтларда суратлар, рекламалар ва бошқа қўшимча воситалар умуман берилмайди.

Мамлакатимиздаги босма нашр сайтларида мавжуд муаммоларнинг ечими сифатида қуйидагиларни таклиф этиш мумкин:

Аввало, муҳаррирнинг бу масалага юзаки қарамаслиги, газета интернет оламида ҳам ўз ўрнига эга бўлиши аҳамиятини тушуниш.

Сайт устида фақат [биргина ходим эмас](#), бир неча киши (бош муҳаррир, бадиий муҳаррир, мусахҳих, дизайнер ва бошқ.) иш олиб бориши. Техник имкониятлардан фойдаланиш, реклама берувчиларни жалб этган ҳолда сайтнинг молиявий барқарорлигини таъминлаш, интернет аудиториясини жалб этиш масалаларини ишлаб чиқиш, бу борада чет эл тажрибасини ўрганиш.

Миллий қадриятлар, тарихий мерос бугунги фан, санъат ва адабиётимизнинг энг яхши намуналарини глобал ахборот тизимида намоён этиш, унда миллий ғоя, миллий манфаатларимизга мос бўлган маълумотлар базасини яратишга доир дастурлар ишлаб чиқиш ва жорий этиш зарур.

Назорат учун саволлар:

1. Барча миллатлар, халқлар учун бирдек қадрли қадрият нима?
2. Маданиятлараро тўқнашув деганда нимани тушунаси?
3. Гуманистик қарашлар қандай намоён бўлади?
4. Инсон жамиятда фуқаролик масъулиятини ҳис қилган ҳолда, медиамаҳсулотларни қабул қила олиши, яратиши, таҳлил эта олиши ва баҳолаши, замонавий медианинг ижтимоий-маданий ва сиёсий мазмунини тушуна олиши учун қандай билимга эга бўлиши керак?
5. Турли муносабатларда АҚШ маъмурияти фойдаланадиган технология қандай ном остида таърифланади?
6. Мажбурлаш ёки қўрқитишдан кўра, келишиш ва кўндириш минг чандон афзал. Бунинг учун маъмурий-буйруқбозлик қандай усулга алмаштириш афзалроқ?
7. Он-лайн журналистика нима?
8. Интернет нима?

Адабиётлар:

1. Мирзиёев Ш.М. Буюк келажагимизни мард ва олижаноб халқимиз билан бирга қурамиз. –Т.: Ўзбекистон, 2017. – 488 б.
2. Мирзиёев Ш.М. Миллий тараққиёт йўлимизни қатъият билан давом эттириб, янги босқичга кўтарамиз. 1-жилд. –Т.: Ўзбекистон, 2017. – 592 б.
3. Ўзбекистон Республикасининг “Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари фаолиятининг очиклиги тўғрисида”ги қонуни. –Т 2014 [lex.uz](#)
4. Каримова В.А., Зайнутдинова М.Б. Информационные системы.-Т.: Алоқаси, 2017.- 256 стр.
5. Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества. Толковый словарь терминов и концепций. –М.: Изд. МГУ, 1999.
6. Рашидова Д.К. Интернет как источник журналистской информации. – Т.: Университет. 1999 г.

2-мавзу Вики сайтлар ва уларнинг юзага келиш тарихи (2 соат).

2.1. Журналистнинг вики сайтлардан фойдаланиши.

2.2. Интернетда мониторинг жараёнининг ўзига хослиги, унда статистик маълумотларнинг қўлланилиши

2.3. Журналистика соҳасида иллюстрациянинг роли.

2.4. Мобил иловалар ва визуал форматлар.

2.5 Он-лайн муҳитда аудитория ва муаллиф муносабатлари. Турли форматдаги интернет ахборотининг аудитория томонидан қабул қилиниши.

2.6 Ахборот макони ҳамда “ахборот хуруж”лари шароитида Он-лайн материалларни узатиш ва унинг ахлоқий жиҳатлари.

2.7 Тармоқ коммуникациялари тараққиётидаги замонавий тенденциялар. Гиперматн эволюцияси масалалари.

Калит сўзлар: ахборот жамияти, онлайн журналистика, фуқаролик журналистикаси, блогсоҳа, конвергенция, рақамлашув (дигитализация), инфотейнмент, эдютейнмент, инфорториал, глобаллашув, интерактивлик, ихтисослашув ва тармоқлашув, мультимедиалилик, гиперматнлилик.

Журналистнинг вики сайтлардан фойдаланиши.

Ўзбекистонда интернет журналистиканинг пайдо бўлган илк даврда ижод аҳли унга жиддий қарашмаган. Унинг истиқболи мавҳум туюлган.

Ўзбекистонда том маънодаги интернет журналистика 2000 йиллар ўрталаридан шакллана бошлаган. Бу албатта техник тараққиёт билан боғлиқ жараён эди. Ўша пайтларда интернет журналистиканинг ўзбек сегментида янгиликлар сайтлари бармоқ билан санарли эди. Уларнинг ярмидан кўпроғи муҳолиф сайтлар эди.

Ўзбекистонда илк миллий интернет фестивали 2005 йили ўтказилган. Унда хабар нашрлари йўналишида ҳозирги Uzreport TV асоси бўлган uzreport.com сайти 2-ўринни эгаллаган. Биринчи ва учинчи ўринни эгаллаган сайтлар (security.uz, darvoza.uz) ҳозир ишламаяпти.

Информацион технологияларнинг жадаллик билан тараққий этиши мамлакатимизда ҳам интернет журналистиканинг ривожланиши ва оммалашшига олиб келди. Ҳозирда Интернет журналистика Ўзбекистон оммавий ахборот воситалари ичида тезкорлиги бўйича биринчи, аудиториясининг кўплиги ва таъсир дорасининг кенглиги бўйича телевидениедан сўнг иккинчи ўринга чиқиб олди.

Интернет журналистика энг тезкор ОАВ сифатида матбуот, радио, телевидение имкониятларини ўзида жамламоқда. Энди сиз бирон ахборот билан танишиш учун газета чоп этилишини, ТВ ёки радиода янгиликлар дастури бошланишини кутиб ўтирмайсиз. Энг катта интернет-нашрлари матн, фото, тасвир, овоз, инфографика каби элементлардан фойдаланиб, хабарларни интерактив тарзда етказмоқда. Интернет-радио ва Интернет-телевидение йўналиши ҳам жадаллик билан ривожланмоқда.

Ҳозирда uz миллий доменида 54000 дан ортиқ ном рўйхатга олинган, улардан 450 таси ОАВ сифатида давлат рўйхатидан ўтказилган.

Ўзбекистон Республикаси Ахборот технологиялари ва коммуникацияларини ривожлантириш вазирлиги тақдим қилган маълумотларга кўра, 2018 йил январь оyi ҳолатига кўра, Ўзбекистонда интернет фойдаланувчилари сони 20000000 кишидан ошган. Бу ўтган йилгига нисбатан 5,3 млн.га кўп бўлиб, Ўзбекистон умумий аҳолисининг 63 %и глобал тармоқ фойдаланувчисига айланган. Уларнинг аксарияти интернетдан мобил телефонлари орқали фойдаланадилар. Ўзбекистондаги мобил телефон абонентлари сони эса 22800000 кишидан ошган. Таққослаш учун: мамлакатимизда интернет фойдаланувчилари сони 2000 йили 7500, 2005 йили 675000, 2010 йили 6500000, 2015 йили 10200000 кишини ташкил этган.

2017 йилда интернет фойдаланувчиларининг кескин ошиши ўтган йилда мамлакатимизда амалга оширилган ислохотлар, эркинликлар самараси ҳамда уларнинг интернет сайтларида батафсил ва тезкор ёритилиши билан боғлиқдир.

Президент матбуот хизматининг ислох қилиши ва самарали фаолият юритиши он-лайн журналистикага ҳам ўз таъсирини ўтказди. Ўзбекистон Республикаси Президентининг Олий Мажлисга мурожаатномасининг интернетда жонли олиб берилиши журналистика тарихида катта воқеа бўлди. Илк бор мана шундай олий даражадаги тадбир ўша вақтнинг ўзидаёқ хабар сайтларида ёритилди, таҳлил қилинди, бутун дунёдан муносабатлар билдирилди. Авваллари бундай учрашувлар ўтиб бўлгандан сўнг бир қанча қайчилашлардан сўнг эфирга узатиларди. Баъзи тадқиқотчиларнинг ҳисобига кўра, ушбу мурожаатномани интернетда 4000000 киши кузатди.



Бугун интернетнинг ўзбек сегментида энг оммавий сайтлар daryo.uz ва kun.uz янгилик сайтларидир. 2018 йил 13 февраль ҳолатига кўра, daryo.uz сайтига бир кунда 349 920 киши (2 719 266 та саҳифа ўқилган), kun.uz сайтига эса 328 412 киши ташриф буюрган (1 526 726 та саҳифа ўқилган). Ушбу сайтларга ўтган йилнинг шу даврига нисбатан 30 фоиз кўп фойдаланувчи ташриф буюрган.

Ўзбекистоннинг интернетдаги энг катта ахборот каналлари ҳисобланган daryo.uz ва kun.uz сайтларига кунига 90-110 тадан материал киритилади. Уларнинг ижтимоий тармоқлардаги кузатувчилари сони 1 000 000 кишидан ошади. Масалан, kun.uz сайтини ижтимоий тармоқларда жами 1 265 870 киши кузатади (Telegram – 256399, Facebook – 175971, Twitter – 19500, Instagram – 709000, Youtube – 105000).

Ўзбекистон Республикаси Ахборот технологиялари ва коммуникацияларини ривожлантириш вазирлиги муассислигидаги xabar.uz сайти янги ташкил этилганига қарамай, кунига 40000 кишилик аудиторияни йиға олди. Сайтда давлат ва жамоат ташкилотлари ҳақида танқидий, таҳлилий материаллар мунтазам эълон қилиб борилмоқда.

Ўзбекистон Миллий ахборот агентлигининг uza.uz сайти ТАСС ва ЎзТАГдан қолиб кетган эски қолиплардан воз кечиб, мақолаларни эркин тарзда бераётгани, фикр айтувчилар учун минбар-платформа яратгани, танқидий мақолаларни қисқартирмасдан чоп этаётгани сабабли аудиторияси ҳам кенгайди. Баъзи кунлари сайт ўқувчилари сони 15-20 000 га ҳам етди.

Маълумки, бутун дунёда босма оммавий ахборот воситалари қийин даврларни бошдан кечирмоқда. Газета ва журнал тиражлари ҳар йили тушиб бормоқда. Аксинча уларнинг электрон версиясига талаб ортмоқда. Ҳар ҳафтада 3,2 миллион нусхада чоп этилган АҚШнинг энг машҳур янгиликлар журнали “Newsweek” 2013 йилдаёқ тўлиқ электрон вариантга ўтди, босма нашри тугатилди.

Ўзбекистондаги барча босма оммавий ахборот воситалари ҳам ҳозирданок электрон версия ва доимий янгиланадиган сайтни йўлга қўйишмаса, эртага аудиторияни йўқотиб қўйишлари ҳеч гап эмас. Бу борада “Даракчи” ва “Ҳордиқ” газеталари олдинроқ ҳаракат қилган эдилар. Ҳозирда ушбу газеталарнинг кунлик ўқувчилари сони 20000 дан ошган. Газеталарнинг сайти унинг босма версиялари учун реклама вазифасини ҳам бажаради. Шунингдек, газетага сиғмаган ёки чоп этилгунча эскириб қоладиган исталган мақолани сайтда эълон қилиш мумкин.

Сўнгги ойларда “Халқ сўзи” газетасининг сайти ҳам анча жонланди. Унда кундалик хабарлар билан биргаликда ўткир танқидий мақолалар, мушоҳадага чорловчи материалларнинг мунтазам эълон қилиб борилиши сайт ва газетанинг оммалашувиға сабаб бўлмоқда (кунига 3500 киши). “Uzbekistan Today”, “Ўзбекистон овози” газеталарининг онлайн версияларини ҳам кунига 1000-1500 фойдаланувчи кузатмоқда.

Ҳозирда Ўзбекистон Марказий Осиё давлатлари орасида интернет журналистика тараққиёти борасида Қозоғистондан сўнг иккинчи ўринда турибди. Қозоғистонда интернет фойдаланувчилари сони 10 миллион киши

бўлиб, умумий аҳолининг 56 фоизини ташкил этади. Мамлакат интернет сегментини янгиликлар сайтлари оммавий бўлиб, энг катта хабар портали tengrinews.kz сайтига кунига 600 000 дан ортиқ фойдаланувчи ташриф буюради.

Марказий Осиё давлатларининг барчасида янгиликлар сайтлари энг кўп қирилган сайтлардир. Россия ва бошқа ривожланган давлатларда оммабоп сайтлар рўйхатини миллий интернет корпорациялари эгаллаган (Россияда — Yandex, АҚШда — Google, Хитойда — Baidu). Ўзбекистонда ҳам маълумотлар қидируви, электрон почта, янгиликлар, видеохостинг, таржимон, савдо платформаси, диск, об-ҳаво, энциклопедия, иш излаш каби юзлаб сервисларни жамлаган, кучли ҳимояланган ва қулай ишлаш тизимига эга бўлган миллий интернет корпорациясига эҳтиёж бор. Акс ҳолда ахборот хавфсизлиги ҳақида қанча қайғурмайлик, бошқа сервисларга қарам бўлиб қолаверамиз.

Ахборот макони ҳамда “ахборот хуруж”лари шароитида Он-лайн материалларни узатиш ва унинг ахлоқий жиҳатлари

Жаҳон илмий техник тараққиётининг ҳозирги босқичи янги ахборот технологияларининг шиддатли ривожини ва ҳаётга кенг татбиқ этилиши билан эътиборлидир. Ҳаётимизнинг барча соҳаларига тобора сингиб бораётган ахборот инқилоби халқаро ҳамкорликни ривожлантириш имкониятларини очиб бермоқда. Натижада шундай яхлит ахборот макони шаклланиб, унда ахборот – миллий бойликларининг муҳим қисмига, унинг стратегик ресурсига айланмоқда. Унга кўра, мулоқотимизга янги “ахборот макони”, “ахборот шовқини”, “ахборот тақчиллиги”, “ахборот эҳтиёжлари”, “ахборот сиёсати” ва “ахборот хуружи” каби тушунчалар кириб келмоқда.

АҚШда Интернетдан ўз мақсадлари йўлида фойдаланишни биринчи бўлиб Пентагондаги ҳарбийлар бошлаган эди. Интернет билан боғлиқ бўлган лойиҳалардан саховатини аямаган давлатнинг куч-қуввати тез орада АҚШнинг ана шу соҳадаги устунлигини таъминлади. Япония ҳукумати ҳам ўз ахборот технологияларини ундан кам бўлмаган кучли ҳимоя билан таъминлай олди. Чунончи, мутахассислар ахборот соҳасида ҳозирча энг муҳим деб ҳисоблаётган ҳужжатлардан бири 2000 йилнинг июль ойида Япониядаги 26 йиллик учрашувда жаҳондаги йирик саккиз давлат (G-8) ўртасида қабул қилинганлигини эътироф этиш мумкин. Ушбу ҳужжат “Глобал ахборот жамияти тўғрисидаги Окинава Хартияси” (Okinawa Charter on Global Information Society) деб номланиб, унда давлатларнинг мазкур жамиятга аъзо бўлиш шартини ва асослари кўрсатиб ўтилди. Бу ҳужжатнинг қабул қилиниши, бир томондан ахборот ва ахборотлаштиришнинг ривожланаётгани ва жамият ҳаётининг таркибий қисмига айланаётганини эътироф этади. Шунингдек, ер юзида ягона ахборот макони яратишга интилиш ифодаси бўлса, иккинчидан бундай тараққиёт оқибатида келиб чиқиши мумкин бўлган турли салбий ҳолатларга қарши туриш учун ҳуқуқий асос яратиш заруриятини англатади. Шу билан бирга, ушбу ҳужжат бугунги

кундаги мавжуд ижтимоий-сиёсий тизимни ахборотлаштириш ўта муҳимлигини ҳам тасдиқлайди.

Манбаларга кўра, глобаллашув шароитида ахборот хавфсизлигини таъминлаш борасида фаоллик XX асрнинг 70-йилларидан буён амалга ошириб келинмоқда. 1976 йилдан 2004 йилга қадар Бирлашган Миллатлар Ташкилоти томонидан глобаллашувнинг салбий таъсиридан ҳимояланиш бўйича Бош котибнинг 10 дан ортиқ маърузаси ва хизмат хатлари, шунингдек Бош Ассамблеясининг 20 га яқин резолюцияси қабул қилинган. Жаҳонга гегемонликни даъво қилувчи давлатлар томонидан мафкуравий тарғиботни амалга ошириш учун катта маблағлар ажратилаётган айни бир паллада, ҳар қандай давлат, у саноатлашган, жаҳонда ўзининг муносиб ўрнини эгаллаган давлат бўладими ёки эндигина мустақилликни қўлга киритиб ривожланаётган давлатми, бундан қатъи назар, ўзининг хавфсизлигини таъминлашга, мамлакат фуқароларини мафкуравий таҳдидлардан ҳимоялашга жиддий эътибор қаратади. Қатор ривожланган Ғарб мамлакатларида “Ахборот уруши”, “психологик уруш” каби атамалар қўлланилади. Ўзбекистонда эса “мафкуравий таҳдид” деб аталувчи ҳодиса ҳамда “ахборот уруши”, “психологик уруш” каби атамалар моҳиятан бири-бирига яқин туради. Етакчи хорижий мамлакатлар ўзларини ҳудди ана шу ахборот-психологик урушларидан ҳимоялашга катта эътибор қаратган.

Президентимиз таъкидлаганидек, юртимизга қарши қаратилган информацион хуружларга зарба бериш, биз танлаган эзгу мақсад ва муддаоларни кўролмайдиган четдаги ва ўзимиздан чиққан айрим тили бурро шоввозларни, турли ниқоблар остида ўзини ҳаммадан доно, бизга энг яқин ёрдамчи ва маслаҳатгўй қилиб кўрсатадиган, ҳатто миллий анъаналаримиз ва ҳаёт тарзимизни ўзимиздан ҳам яхшироқ билишини даъво қиладиган кимсаларнинг сохта уринишларини фош этиш ҳам халқимиз манфаатларини ҳимоя қилишнинг амалий намоёнидир.

Айни кунда, республикамызда жамиятимизга ёт бўлган ғояларнинг кириб келишига қарши мукамал тизимли кураш олиб бориш мақсадида, ахборот коммуникация тизимларини такомиллаштириш ҳамда жаҳон оммавий ахборот воситаларини, интернет тизимини назорат қилиш бўйича муайян ишлар олиб борилмоқда.

Хусусан, “Ахборотлаштириш тўғрисида”ги қонун юридик ва жисмоний шахслар томонидан ахборот-коммуникация технологиялари ҳамда Интернет тармоғидан фойдаланиш йўналишидаги миллий хавфсизликни таъминлаш тизимини янада такомиллаштириш, компьютер хавфсизлигига таҳдидларни ўз вақтида аниқлаш, олдини олиш ва бартараф этиш масалаларида уларга ёрдам кўрсатиш мақсадида қабул қилинган.

Айтиш керакки, ахборотлашган жамиятгина турли “ахборот хуружлари”дан мустаҳкам ҳимояланиши мумкин. Шунинг учун ҳам республикамызда 2014 йил 5 майда “Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари фаолиятининг очиқлиги тўғрисида”ги қонун қабул қилинди. Мазкур қонун ижро ҳокимияти органлари фаолияти, юртимизда амалга оширилаётган ислохотларнинг, давлатнинг ички ҳамда ташқи сиёсатининг

очиқлиги ва ошкоралиги, мамлакатимиз ва хорижда кечаётган воқеа-ходисалар хусусида фикрлар хилма-хиллиги ва сиёсий плюрализмни таъминлаш, шу билан бирга, ахборот-психологик хавфсизликни амалга оширишнинг муҳим асоси бўлиб хизмат қилади.

Қолаверса, хорижий мамлакатлар билан амалга ошириладиган ўзаро алоқалар ҳам ахборот хавфсизлигини таъминлаш масалалари юзасидан тажриба алмашиш учун катта имкон яратади. Хусусан, 2014 йил пойтахтимизда Корея интернет ва хавфсизлик агентлиги (KISA) ҳамда Бутунжаҳон банки билан ҳамкорликда “Алоқа ва ахборотлаштириш соҳасида ахборот хавфсизлиги: муаммо ва ечимлар” мавзуида республика семинари ташкил этилди.

Унда 120 дан зиёд давлат органларининг алоқа, ахборотлаштириш ва телекоммуникация технологиялари соҳаси мутахассислари, масъул ходимлари, шунингдек, кўмита тизимидаги Ахборот хавфсизлигини таъминлаш маркази, “UNICON.UZ” ДУК ва бошқа муассасалар мутахассислари иштирок этди.

Семинарни ташкил этишдан кўзланган мақсад, ахборот-коммуникация технологиялари ҳамда интернет тармоғидан фойдаланиш йўналишидаги миллий хавфсизликни таъминлаш тизимини янада такомиллаштириш, компьютер хавфсизлигига таҳдидларни ўз вақтида аниқлаш, олдини олиш ва бартараф этишнинг замонавий усуллари, ахборот хавфсизлигини таъминлашнинг халқаро тажрибасини ўрганишдан иборат эди.

Шундан кўринадики, халқаро тажриба маълум бир қолипда ишлаш тизимини ёқламайди. У доимий равишда изланишни, энг сўнгги замонавий билимлар билан бойитиб боришни талаб этади. Бу борада эса, озми-кўпми тажриба, ютуқларга эришмоқдамиз.

Мухтасар айтганда, мазкур вазиятда миллий ОАВ “манипуляцияга қарши манипуляция” тамойилини қўллаши мақсадга мувофиқдир.

Агар маҳаллий оммавий ахборот воситалари ўз вақтида аудиториянинг ахборотга бўлган эҳтиёжларини қондира олмаса, турган гапки, ташқаридан уюштирилаётган ахборот хуружларига кенг йўл очиб берилган бўлади. Бу эса жуда хавfli жараён дир.

Тармоқ коммуникациялари тараққиётидаги замонавий тенденциялар.

Гиперматн эволюцияси масалалари

Янги ахборот технологиялари тараққиёти оммавий коммуникация соҳасидаги сифат ва миқдорий ўзгаришига сабаб бўлди. Бу ўзгаришлар, биринчи навбатда, замонавий оммавий ахборот воситаларининг тубдан янгича усулларда фаолият юритишига таъсир кўрсатмоқда. Замонавий ОАВ тизими қиёфасини янгилаётган, вазифаларининг тобора кенгайишига сабаб бўлаётган онлайн журналистиканинг муҳим тараққиёт тенденцияларига эга.

Шундай тараққиёт тенденцияларидан бири – **рақамлашув** (дигитализация)дир. Рақамлашув тушунчаси орқали ОАВ контенти ва www.journal.fledu.uz илмий-методик электрон журнал маҳсулотларининг барча шакллари: матн, графика, товуш, тасвир – барчасининг замонавий

компьютерлар орқали ишлов бериш мумкин бўлган рақамли форматга ўтиши тушунилади. Рақамлашув ОАВ материалларининг исталган оммавий коммуникация каналлари орқали осон узатилишига, аудитория томонидан қийинчиликларсиз қабул қилинишига замин яратади.

Чунончи, рақамли телевидениенинг пайдо бўлиши аудиториянинг барча қатламлари талаб ва истакларини эътиборга олган ҳолда телевидение фаолиятини йўлга қўйишга ва бунинг баробарида ўз аудиториясини кенгайтиришга йўл очди. Рақамлашув натижасида интернет ўзининг кенг рақамли формат имкониятлари билан энг муҳим ва чексиз ахборот маконига айланди. Ҳозирги кунда интернет сайтлари, турли ижтимоий тармоқлар, расмий ва норасмий блоглар орқали барча турдаги ахборот шакллари: матн, овоз, тасвир, фотография, инфографика, буларга қўшимча тарзда анимация – барчаси махсус дастурлар ёрдамида осонгина электрон форматга ўтказилмоқда, қисқа муддатда монтаж қилиниб, кенг аудитория эътиборига ҳавола этилмоқда. Мазкур рақамли форматдаги ахборот материаллари глобал тармоққа жойланиши билан бутун дунё аҳолиси уни кўриш имконига эга бўлади.

Конвергенция (лотинча *convergere* – яқинлашиш, қоришиш) ОАВ фаолиятининг тубдан янгиланишига муҳим туртки бўлаётган тамойиллардан бири. Ушбу тушунча ўзида турли ОАВга хос хусусиятларнинг бир оммавий коммуникация каналида бирлашиши, қоришиб кетишини ифодалайди.

Технологиялар конвергенцияси турли ахборот тарқатиш каналлари: кабель, сунъий йўлдошли ТВ, мобил алоқалар, симсиз алоқа ва бошқалар орқали аҳолига ахборот етказишга қулайлик яратади. Шу билан бирга, матбуот, радио ва телевидеомаҳсулотларни ўзида жамлай олган универсал характерга эга ОАВни шакллантиради. Натижада аудиторияда ҳам бир мавзу ёки ҳодиса юзасидан далил ва ахборотга тўйинган турли шакл ҳамда форматдаги маълумотларни олиш имконияти пайдо бўлади.

Турли ОАВ каналларининг глобал маконда фаолиятини йўлга қўйиши уларга конвергенциялилик имкониятини бермоқда. Натижада уларнинг фаолиятида ҳам сезиларли ўзгаришлар кузатилмоқда. Янгитурдаги ОАВ янги кўринишдаги жанрларни ҳам юзага келтирди. Мазкур жанрлар ҳам ўзида конвергенция элементларини шакллантиргани билан эътиборлидир.

Жумладан, бугунги кунда телевидениеда расмийликдан узоқлашган, кўпроқ ижтимоий-маданий хабарларни кўнгилочар усуллар орқали узатишга хизмат қиладиган инфотейнмент (*information + entertainment*), дастлаб хорижий педагогикада пайдо бўлган ва интернет журналистикаси тараққиёти билан янада оммалашган эдютейнмент (*education + entertainment*), турли хусусий www.journal.fledu.uz илмий-методик электрон журнал ахборот узатиш каналларида йўлга қўйилган инфорториал (*information + editorial*) жанрлари шулар жумласидандир.

Журналистик амалиётда конвергенция бир неча кўринишларда намоён бўлмоқда:

1. Тайёрланаётган журналистик материалнинг конвергенциялашуви – бунда журналист томонидан тайёрланаётган ҳар бир материал матн, видео,

аудио сингари қисмлардан ташкил топади ва барча ОАВ каналларида узатиш мумкин.

2. Журналист касбининг конвергенциялашуви. Журналист мультимедиа воситаларидан фойдаланган ҳолда материал тайёрлайди. У барча ОАВ тури учун таъсирчан ахборот тайёрлаш усул ва кўникмалари бўйича етарли билимга эга бўлиши керак бўлади.

3. Ахборот бозорининг конвергенцияси. ОАВ саноати телекоммуникацион воситалар ва ахборот-компьютер технологиялар билан бирлашуви ахборот бозорида янги иштирокчилар: сунъий йўлдошли каналлар, интернет телевидение, компьютер компаниялари, интернет провайдерлар кабиларни бирлаштирди.

Конвергенциялашув шароитида мультимедиа воситалари, тармоқ хизматлари, компьютер технологиялари ва дастурий инжиниринг сингари соҳаларнинг имкониятлари битта коммуникация каналига бирлашади. Бу эса келажакда нафақат ОАВ тизими, балки у билан боғлиқ ахборот саноатини ҳам ўзгартириши мумкин.

Глобаллашув бугунги кунда ўзаро ҳамкорлик қилиш ва ошкораликнинг умумдунёвий тенденцияси саналади. Авваллари ОАВ фаолияти самарадорлиги ва қамров доираси фақат унинг ахборот тарқатадиган муайян мамлакат ёки минтақа ҳудуди билан белгиланган бўлса, ҳозирга келиб, бу тушунчанинг аҳамияти пасаймоқда.

Глобаллашув ва он-лайн журналистика ҳар қандай ҳудудий ва вақт чегараларини енгиб ўтмоқда. Ўтган асрнинг 60-йилларида Г.Маклюэн тасвирлаган “глобал кишлоқ” тушунчаси бугунги кунда барпо бўлди.

Глобаллашув ахборот узатиш каналлари, ахборот манбаларининг кўпайишига, ахборот узатиш усуллариининг янгиланиши ва оммалашшига, медиаташкilotлар, ва албатта аудиториянинг кенгайишига кенг йўл очди.

Сўнгги вақтларда мутахассислар янги ахборот технологиялари ва улар орқали тарқатилаётган ахборотнинг дунё бўйлаб кенг тарқалишига глобаллашув самараси деб қарашмоқда. Бундай вазиятда ахборот соҳасидаги технологик тараққиёт бутун дунёни қамраб олади. Агар мамлакатлар бу соҳадаги тараққиётга алоҳида эътибор бермасалар, бошқа давлатларнинг ахбороти таъсирида ёки турли ахборий хуружлар остида қолиши мумкин.

“Ахборот асри” деб ном олган ХХІ асрда ҳеч қайси давлат ёки жамият ўзини темир девор билан ўраб яшай олмайди. Шунини ҳам эътироф этиш керакки, глобаллашув кучайгани сари антиглобаллашув ҳаракатлари ҳам юзага келмоқда. Яъни Хитой, Ҳиндистон сингари давлатларда ташқи ахборот хуружларидан ҳимояланишнинг турли усул ва технологиялари яратилмоқда. Бироқ ОАВ глобаллашувини бутунлай тўхтатишнинг тўлиқ иложи йўқлиги бугун ҳеч кимга сир эмас.

Ихтисослашув ва тармоқлашув. Ҳозирги кунда ОАВ глобаллашув тенденцияси орқали жуда катта аудиторияни қамраб олиш имкониятига эга бўлса ҳам, аксарият онлайн ОАВ каналлари бу имкониятдан тўлиқ фойдаланишга ҳаракат қилмаяпти. Глобаллашув шароитида ахборот каналларининг кўплиги, ахборот тарқатиш усул ва технологияларининг бир

хиллашуви, ахборот бозоридаги кескин рақобат онлайн журналистиканинг тезкор ахборот билан осон таъминлашинига йўл очди.

Фуқаролик журналистикаси тушунчаси кириб келиши билан ахборот ёзиш ва уни таҳлил қилиш кўникмасига эга бўлган ҳар қандай шахс ҳам турли расмий ва норасмий сайтлар, ижтимоий тармоқлар ва форумлар орқали муайян воқеа ҳақида ахборот узата бошлади. Бундай шароитда ахборот тарқатиш осонлашади ва унинг товар сифатидаги қиймати пасаяди. Шу боис ОАВ ўз фаолиятини муайян соҳага ихтисослаштириб, аудиториянинг тор қатламларига хизмат кўрсатиш, уларнинг қизиқиш ва ахборотга бўлган эҳтиёжларини тўлиқ қоплашга интилиш орқали кўпроқ самарага эришиши мумкин.

Анъанавий ОАВ “point to point”, яъни “нуқтадан нуқтага” ахборот узатган бўлса, интернет ОАВ ундан фарқли равишда “point to multipoint”, яъни “нуқтадан кичик нуқтага” ахборотни йўналтиради.

Кабель, рақамли, интерактив ва онлайн ТВ фаолияти айнан шу йўналишда қурилган бўлиб, улар аудиториянинг кичик қатламлари ва яқка шахснинг ҳам қизиқиш ва эҳтиёжларини ҳисобга олиб, ахборот узатишга интилади.

Интерактивлик. яъни, икки томонлама мулоқот аудиторияни нофаол ахборот қабул қилувчидан фаол қабул қилувчига айлантирди. Интернет журналистикасида эса ахборот олиш, тарқатиш ва уни қабул қилиш энди шу соҳага қизиққан ҳар қандай шахс учун оддий машғулотга айлана борди. Ҳар бир интернет ОАВ ўзининг ахборот материали учун алоҳида форумлар яратиш, қайдлар учун жой қолдириш орқали аудиторияфикрини тезкор суръатда ўрганишга, унинг қизиқишларини инобатга олиб, ахборотни шакллантиришга интила бошлади.

Анъанавий ОАВ фаолиятида жамият демократлашувининг асосий омилларидан бири сифатида баҳолаб келинган интерактивлик тенденцияси жамиятда ошкоралик, ахборотга очиқлик, плюрализмнинг шаклланиши ва ОАВ фаолиятини халқнинг орзу-умидлари, қизиқиш ва эҳтиёжларини ҳисобга олган ҳолда йўлга қўйишда муҳим ўрин тутади. Интернет журналистиканинг тараққий этиши билан интерактивлик тамойили энг асосий ва етакчи тараққиёт тенденцияларидан бирига айланди.

Фуқаролик журналистикаси, блогсоҳанинг юзага келиши ва оммалашшида www.journal.fledu.uz илмий-методик электрон журнал аудитория учун интерактив усуллардан фойдаланишнинг кенг имкониятларини яратиш ҳал қилувчи вазифани ўтади.

Айрим блоггерлар учун эса интернет форумлар муайян ҳодиса ёки мавзу ҳақида респондентларнинг фикрларини ўрганиш, аудитория фикри бўйича турли социологик тадқиқотлар ўтказиш ва шу асосда таҳлилий журналистик материаллар тайёрлаш имкониятини яратиб берди. Мазкур ҳолатларнинг барчаси интернет журналистиканинг интерактивлик хусусияти билан юзага чиқмоқда.

Гиперматн – бошқа матнли ҳужжатларга йўл кўрсатувчи матндир. Бу эса бошқа матнли файлларга тезда ўтиш имконини беради. Гиперматнлар

ёрдамида WWW (World Wide Web – бутунжаҳон ўргимчак тўри) хужжатларига яъни ҳалқаро кампьютер тармоғига кириш ва улардаги маълумотлар билан танишиш мумкин. Гиперматн ёрдамида нафақат матнли маълумотларни рангли ҳаракатдаги тасвирларни, турли видеокўринишларни ҳам тайёрлаш мумкин.

Назорат учун саволлар:

1. Ўзбекистонда том маънодаги интернет журналистика қачондан шакллана бошлаган?
2. Ўзбекистонда илк миллий интернет фестивали қачон ўтказилган?
3. Ўзбекистон Марказий Осиё давлатлари орасида интернет журналистика тараққиёти борасида нечанчи ўринда турибди?
4. Глобаллашув шароитида ахборот хавфсизлигини таъминлаш борасида фаоллик қачондан буён амалга ошириб келинмоқда?
5. “Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари фаолиятининг очиқлиги тўғрисида”ги қонун қабул қилинган?
6. Гиперматн, деганда нимни тушунасиз?
7. Дигитализация, яъни, рақамлашувнинг энг муҳим хусусияти нимада?
8. Технологиялар конвергенциясининг муҳим хусусияти нимада?

Адабиётлар:

1. Мирзиёев Ш.М. Халқимизнинг розилиги бизнинг фаолиятимизга берилган энг олий баҳодир. 2-жилд. –Т.: Ўзбекистон, 2017. – 508 б.
2. Ўзбекистон Республикасининг “Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари фаолиятининг очиқлиги тўғрисида”ги қонуни. –Т 2014 lex.uz
3. Ўзбекистон Республикасининг “Ахборот эркинлиги принциплари ва кафолатлари тўғрисида”ги қонуни. /Ахборот ва ахборотлаштиришга оид норматив-ҳуқуқий хужжатлар тўплами. –Т.: Адолат, 2008.
4. Калмыков А.А., Коханова Л.А., Интернет-журналистика, –М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005.
5. Рашидова Д.К. Интернет как источник журналистской информации. – Т.: Университет. 1999 г.
6. Дадахонов А. Онлайн журналистика тараққиётининг асосий тенденциялари. Маъруза матни.
7. Қосимова Н. Интернет журналистиканинг технологик асослари. «Маҳорат мактаблари» учун қўлланма. –Т.: 1912 й.

3-мавзу. Дата журналистика ва унинг миллий журналистикани ривожлантиришдаги роли (2 соат).

- 3.1. Маълумотлар журналистикасининг замонавий кўринишлари.
- 3.2. Журналистикада визуаллаштириш.
- 3.3. Дата журналистика ва унинг миллий журналистикани ривожлантиришдаги роли
- 3.4. Ижтимоий йўналтирилган журналистика.
- 3.5. Журналистика тараққиётидаги адаптив йўналишлар.
- 3.6. Ижтимоий тармоқлар-маданиятлараро диалог муҳити сифатида.

Маълумотлар журналистикасининг замонавий кўринишлари.

Ахборот — бутун жамият учун ҳаётий заруратдир. Кишилар ўзаро кундалик мулоқотларида ахборот алмашиш орқали маълум муддат ўзлари кўрмаган, шоҳиди бўлмаган воқеликдан хабар топадилар. Худди шунингдек ўзлари кўрган, гувоҳи бўлган воқеа-ҳодисалар ҳақида ахборот берадилар. Бу – ахборотнинг энг содда шаклидир. ОАВ жамиятнинг ахборотга бўлган эҳтиёжини қондиради. Аммо маълумотлар қаердан олинади? Журналистнинг ахборот олувчи асосий манбаси нима? Таъкидлаш керакки, манбалар ва захиралар жамиятнинг ўзидир. Жамиятни, шахсни ўраб турган оламда, ҳодисалар кўп ва хилма-хил. ОАВнинг вазифаси уларни оммага етказиш. Журналист ахбороти ижтимоий жиҳатдан муҳимлиги, долзарблиги, аудиторияга мўлжалланганлиги, оммавий аҳамиятга эгаллиги, ҳужжатлилиги ва тасвирийлиги билан алоҳида аҳамиятга эга. Уни излаш, олиш ва тарқатиш журналистнинг касбий бурчи. Аммо ахборот олиш ҳуқуқи фақат журналистнинг ўзигагина тааллуқли эмас. Жамиятнинг ҳар бир аъзоси шунингдек, болалар ҳам бундан мустасно эмас. Бу ҳолат халқаро ҳуқуқий меъёрларда ҳам ўз ифодасини топган. “Фуқаролик ва сиёсий ҳуқуқлар тўғрисидаги Халқаро Пакт”, “Инсон ҳуқуқлари ва асосий эркинликлар тўғрисида Европа Конвенцияси” ва бошқа халқаро меъёрий ҳужжатларда ахборотга эга бўлиш ҳуқуқи кафолатланган. Ушбу ҳуқуқ табиийки, миллий қонунчилигимизда ҳам ўз ифодасини топган. Ўзбекистон Республикаси Конституциясининг 29-моддасида “Ҳар ким фикрлаш, сўз ва эътиқод эркинлиги ҳуқуқига эга. Ҳар ким ўзи истаган ахборотни излаш, олиш ва тарқатиш ҳуқуқига эга, амалдаги конституциявий тузумга қарши қаратилган ахборот ва қонун билан белгиланган бошқа чеклашлар бундан мустаснодир” дейилган. Бундан ташқари, 1997 йил 24 апрелда қабул қилинган Ўзбекистон Республикасининг “Ахборот олиш кафолатлари ва эркинлиги тўғрисида”ги Қонуннинг 3- моддасида “Ҳар бир фуқаронинг ахборот олиш ҳуқуқи кафолатланади. Ҳар кимнинг ахборот излаш, олиш, тадқиқ этиш, узатиш ва

тарқатиш ҳуқуқи давлат томонидан ҳимоя қилинади” дейилади⁷¹. Ахборот эркинлигига дахлдор яна бир (2002 йил 12 декабрь) ҳужжат “Ахборот эркинлиги принциплари ва кафолатлари тўғрисида”ги Қонуннинг 4-моддасида: “Ўзбекистон Республикасининг Конституциясига мувофиқ ҳар ким ахборотни монеликсиз ⁷¹ www.lex.uz/pages/getpage.aspx?lact_ излаш, олиш, текшириш, тарқатиш, ундан фойдаланиш ва уни сақлаш ҳуқуқига эга”лиги қайд этилган. Глобал иқлим ўзгариши мавзусини ёритишда ахборот манбалари билан ишлаш журналистиканинг асосий хусусиятларидан бири ҳисобланади. Журналист ушбу мавзунини ёритишда унинг ичига кириб бориши, деталларини ўрганиши, бевосита иқлим ўзгариши билан боғлиқ табиий ҳамда антропоген ҳодисаларнинг моҳиятини тушуниши лозим. Иқлим ўзгариши мавзусида ёзаётган журналист ўз қаҳармони сифатида болаларни танладиган бўлса, айниқса шахсга тегишли бўлган (персонал) маълумотлар билан ишлашни билган тақдирда ҳам негадир болаларга алоқадор ахборотларни олишда уларни шахс сифатида кўрмаслик ҳолатлари учрайди. Тўғри, шахсга тааллуқли ахборотлар билан ишлаш бўйича қонунчилик журналистдан ўта эҳтиёткорликни талаб этади. Чунки у фаолият олиб борадиган оммавий ахборот воситасининг маълум нашри жамиятдаги ижтимоий вазифани бажарар экан, ҳар қадамда шахсий маълумотлар билан ишлашга тўғри келади. Шу боис, журналист инсоннинг, шунингдек болаларнинг дахлсиз ҳуқуқларини ҳурмат қилиши ҳамда улардан тўғри фойдаланиши керак. Журналист ахборот олиши учун, аввало, ўрганаётган манбаси ҳақида яхши билимга эга, сўзамол, хушмуомала бўлиши лозимки, ахборот берган шахс у ҳақда ёмон таассуротда қолмасин. Иқлим ўзгариши мавзусини ёритишда журналистлар қандай манбалардан фойдаланадилар? Бунинг учун: • Кўплаб манбаларда журналистлар маълумотлар базасига эга бўлиши борасида турли фикрлар бериб борилади. Бу тўғри. Зеро, иқлим ўзгариши билан боғлиқ мавзу кенг кўламли бўлиб, ҳар бир журналист бу йўналишда ўз маълумотлар базасини яратиши зарур. Унга иқлимшунослар, мутасадди ташкилотлар вакилларининг (Ўзгидромет, Ўзбекистон давлат табиатни муҳофаза қилиш қўмитаси, Ўзбекистон экологик ҳаракати ва ҳоказо) телефон рақамлари, электрон почталари, манзиллари кўрсатилган рўйхат киради. Мазкур рўйхат зарур пайти ҳар қандай жанрдаги материал таёрлаш учун керакли маълумотларни келишилган шаклда (хат, сўров, телефон орқали ёки учрашиб) олиш имконини беради.

Журналистикада визуаллаштириш.

Бугунги кунда жаҳоннинг турли мамлакатлари учун бирдек амал қилаётган ва қатор давлатлар ана шу қоидалардан келиб чиққан ҳолда ўз журналистларининг касб этикасини ишлаб чиққан халқаро тамойиллар 1954

йили Журналистлар халқаро федерацияси томонидан “Журналистлар фаолиятининг тамойиллари халқаро декларацияси”да қабул қилинган эди. 1978 йили эса 400 минг нафар журналист ЮНЕСКО байроғи остида бирлашадилар ва Декларация тамойилларини қайта чиқишади. Мазкур халқаро тамойиллар 1978 йилдан 1983 йилга қадар дунёнинг турли мамлакатлари ташкилотларининг маслаҳат учрашувларида тасдиқланди. Журналистларнинг халқаро ташкилоти (JOI-МОЖ), Журналистларнинг халқаро федерацияси (IFJ-МФЖ), Матбуотнинг халқаро католик уюшмаси (UCIP), Лотин Америка журналистлар федерацияси (FELAP), Лотин Америка матбуот ходимлари федерацияси (FELATRAP), Араб мамлакатлари журналистлари федерацияси (FAJ), Африка журналистлари уюшмаси (UAJ) ўз навбатида кодексларини қабул қилиб, ҳудуд ва жамият хусусиятларидан келиб чиққан ҳолда ахлоқ меъёрларига ўзгартиришлар киритишди. ЮНЕСКО ташаббуси билан “Журналист касбий ахлоқининг халқаро тамойиллари” қайта таҳрирдан ўтказилиб, 1983 йилнинг 20 ноябрь куни Парижда бўлиб ўтган Халқаро журналистлар федерацияси йиғилишида қабул қилинди ва у барча журналистларнинг ахлоқ кодекслари асосини ташкил этди. Мазкур тамойиллар қуйидагилардан иборат:

- 1-тамойил. Фуқароларнинг холис ахборотга бўлган ҳуқуқи
- 2-тамойил. Воқеаларни холис ёритиш — журналист бурчидир
- 3-тамойил. Журналистнинг ижтимоий масъулияти
- 4-тамойил. Журналистнинг касбий адолатлилиги
- 5-тамойил. Жамиятнинг ахборотга эгалиги ва ОАВда қатнашиш
- 6-тамойил. Хусусий ҳаёт ва шахсга бўлган ҳурмат
- 7-тамойил. Жамият манфаатларини ҳурмат қилиш
- 8-тамойил. Умумий қадриятлар ва маданиятлар хилма хиллигини ҳурмат қилиш
- 9-тамойил. Инсониятга хавф солаётган уруш ва бошқа хавфларга қарши кураш
- 10-тамойил. Янги халқаро ахборот ва коммуникацион тартибнинг ривожланиши. Бунда журналист замонавий дунёда янги халқаро муносабатларга интилиш ва янги ахборот тартибини ўрнатиш шароитида фаолият юритади. Ахборот соҳасида халқаро муносабатларнинг демократлашувига ҳисса қўшиш журналистнинг бурчидир. Мазкур тамойиллар экологик мавзуда қалам тебратаётган журналистлар учун ҳам тааллуқлидир. Аксарият ОАВ ўз-ўзларини назорат қилиш учун ўз таҳририятлари ахлоқ кодексларига қўйидаги бандларни киритишмоқда. Бу: 1. Аниқлик; 2. Жавоб бериш имконияти; 3. Шахсий дахлсизлик; 4. Таъқиб қилмаслик; 5. Болаларга нисбатан жинсий зўравонлик ёки шунга ўхшаш жинсий ишларни ёритишда уларга жисмоний ва руҳий зиён етказмаслик; 6. Касалхоналар, мослашув марказларида даволанаётган шахсларни ёритишда уларга зиён етказмаслик 7. Жинсий ишларни ёритишда “айбсизлик презумцияси”га амал қилиш; 8. Яширин йўллар билан ахборот

олишдан қочиш; 99 Данелян Н. Основные принципы журналистской этики\http://www.my-works.org/text_57875.html 9. Жинсий зўравонлик курбонларининг исм-шарифларини уларнинг розилигисиз бермаслик. 10. Камситилишга йўл қўймаслик 11. Бизнесни ёритишда унинг сирларини эгасининг розилигисиз ошкор этмаслик; 12. Ахборот манбасини муҳофаза қилиш; 13. Жинойтчиларга ахборот учун ҳақ тўламаслик ва ҳоказо. Ахборот маданиятининг ижтимоий-сиёсий, миллий, маънавий-маърифий, ҳуқуқий, фалсафий, эътиқодий, иқтисодий, умуминсоний аспекти ҳақида биринчи навбатда, ахборот маданиятини шакллантирувчи бош субъект – журналист қайғуриши керак.100 Ахборот коммуникацион технологияларнинг ривожини, хусусан ижтимоий тармоқлар бутун дунёда журналистлари учун зарур, долзарб ахборот манбаси бўлиб бормоқда. Сир эмас хаттоки йирик газета, телевидение ва радиоканаллар ҳам техноген, табиий ҳалокатлар, ҳарбий ҳаракатлар хусусидаги аксарият ахборотни ижтимоий тармоқлардан олиб тарқатишаётир. Зеро, ҳалокат гувоҳлари ўзлари шохид бўлган, уяли алоқа воситаларига олган воқеа кадрлари, суратларини биринчи галда ижтимоий тармоқлардаги ўз саҳифаларида бераётгани ҳеч кимга сир эмас. Шунга қарамай ОАВ ҳамда журналистларнинг ўзларида мазкур контент билан ишлашда қайси ахлоқий меъёрларга риоя этиш хусусида аниқ тасаввур йўқ. Бутун дунёда фаолият юритаётган барча ОАВ таҳририятлари учун аниқ ахлоқий меъёрларнинг ишлаб чиқиш зарурати айниқса Брюссел, Анқара, Лахор ва Яманда юз берган террористик ҳаракатлар кўзгусида янада долзарблашди. Бундай ҳолатларда монтаж қилинган, фотошоп орқали ўзгартирилган фактларни ҳақиқат сифатида қабул қилиш ва ноҳолис ахборот тарқатиш жуда ҳам осон. Шунингдек, зўравонлик кўринишлари аудитория ҳамда журналистларнинг руҳиятига салбий таъсир кўрсатиши ҳам мумкин. Сўнгги йилларда мазкур ҳолатларнинг кўпайиши ва бундай ҳаракатларнинг биринчи галда айнан ижтимоий тармоқларда тарқалиши Онлайн янгиликлар ассоциацияси (ONA) томонидан ижтимоий тармоқлар контенти орқали тарқатилаётган хабарлар билан ишловчи журналистлар учун ахлоқ кодексини яратишга ундади. Мазкур ахлоқ кодексининг асосий мақсади бутун дунё журналист ташкилотлари ёрдамида ижтимоий тармоқлар контенти билан ишлашнинг энг яхши намуналарини топиш ва журналистлар учун ҳаракат стандартларни тавсия этишдан иборат. Айни пайтда ахлоқ кодекси Онлайн янгиликлар ассоциациясининг расмий веб саҳифасида берилган. “Бундай пайтлари биз журналистлар олдида қийин вазифа туради. Биз тезлик билан, аниқ фактлар асосида, бўлиб ўтган ҳодиса хусусида кенгроқ хабар беришимиз зарур - , дейди Associated Press ахборот агентлигининг ижтимоий медиа бўйича муҳаррири, кодекс муаллифларидан бири Эрик Карвин. – Айни

пайтда жуда ҳам кўп вақт рақамли контент денгизидаги ахборотни қидириш ва у топилгач, қийматини аниқлаш учун кетади”. Кодекс ижтимоий медиа контентидан топилган янгилик билан ишлашнинг 10 та ҳолатига бағишланган. Бу янгиликнинг ҳаққонийлигини текширишдан тортиб, контент муаллифининг розилигини олишгача бўлган жараёндинр. Ушбу қоидалар қуйидагилардан иборат:

Ижтимоий йўналтирилган журналистика

Бугунги кунда, аини шу мураккаб ва қалтис замонда дунёда, ён-атрофимизда рўй бераётган воқеа-ҳодисаларни чуқур идрок этиш, уларнинг туб моҳиятига етиб бориш учун аввало одамларда мустақил фикрлаш ва яна бир бор мустақил фикрлашни шакллантириш талаб қилади. Сабаби, турли ғоя ва манфаатлар кураши тобора кучайиб бораётган ҳозирги вазиятда ёлғонни рост, ростни ёлғон, деб кўрсатишга уриниш, турли сохта маълумотларни тарқатиш тобора авж олаяпти. Мана шундай шароитда оммавий ахборот воситаларининг роли ва масъулияти ҳар қачонгидан ҳам кўра юксалиб бормоқда.

Юртимизда истиқлолнинг илк йилларидан бошлаб ахборот соҳасини ислоҳ қилиш, сўз ва ахборот эркинлиги, оммавий ахборот воситаларини жадал ва эмин-эркин раванқ топтиришга қаратилган ислоҳотлар босқичма-босқич ҳамда изчил рўёбга чиқарилаяпти. Соҳани тартибга солувчи ўндан ортиқ қонунлар қабул қилинди. Журналист профессионал фаолиятининг ишончли кафолати ва ҳимояси, ОАВ мустақиллиги ҳамда эркинлигини таъминлаш, ахборот жабҳасига бозор механизмларини жорий этиш учун зарур шарт-шароитлар яратилди. Кенг кўламли ташкилий-ҳуқуқий чоратадбирлар ҳаётга татбиқ қилиниши натижасида эса Ўзбекистонда медиа-тармоқлар жадал тараққий топиши, нодавлат оммавий ахборот воситалари сони кўпайиши кузатилаётир.

Атрофда содир бўлаётган воқеа-ҳодисалар журналист масъулиятини янада оширишни тақозо қилмоқда. Улар ўз сўзи ва иши билан одамларни эзгу мақсадларга етаклаши, демократик, ижтимоий-сиёсий ва социал-иқтисодий ислоҳотларни янада чуқурлаштириш йўлидаги кенг кўламли вазибалар бажарилишида ишончли таянчга айланишлари лозим.

Миллий анъаналар, аҳоли менталитети ва замонавий цивилизациянинг илғор ютуқларини инобатга олган ҳолда, босма оммавий ахборот воситалари материалларининг профессионал, ғоявий ва бадий савиясини кўтариш, жамиятда маҳалла роли ва мақомини мустаҳкамлаш, оналик ва болаликни муҳофаза қилиш соҳасидаги ислоҳотлар, мустақил фикр, аниқ ҳаётий позиция ҳамда мустаҳкам ишончга эга баркамол авлодни вояга етказишга қаратилган ёшларга оид давлат сиёсати амалга оширилишининг бориши, “оммавий маданият” элементлари ва ёт ғояларнинг ёшлар онгига кириб келишига қарши курашиш долзарб масала.

Мамлакатимизда демократик ислоҳотларни янада чуқурлаштириш ва фуқаролик жамиятини ривожлантириш концепциясида илгари сурилган 2014

йилда “Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари фаолиятининг очиқлиги тўғрисида”ги Қонун қабул қилинди. Бу эса миллий журналистика равнақида муҳим воқеага айланди. Чунки мазкур ҳуқуқий ҳужжат нафақат давлат органлари томонидан қабул қилинаётган қарорлар ҳақидаги ахборотдан аҳоли, жамоат ташкилотлари, ОАВнинг фойдаланиши мумкинлигини таъминлайди, балки тақдим этилаётган маълумотлар сифати учун уларнинг масъулиятини оширади. Очиқлик принципи рўёбида ахборот-коммуникация технологиялари ҳамда интернетнинг роли бекиёсдир ва бошқа соҳалар каби оммавий ахборот воситаларини ҳам илғор АКТсиз тасаввур этиб бўлмайди. Улар аудиториясининг асосий қисмини ёшлар ташкил этишини ҳисобга олсак, ушбу мавзу нақадар долзарб эканлиги ёрқинроқ аён бўлади.

Он-лайн режимидаги журналистика, унинг ривожини ҳамда оммалашуви бутун дунёда долзарб тенденция бўлиб, интернет-нашрлари сони, энг асосийси, сифатини янада кучайтириш мамлакатимиз журналистикаси тараққиётига янги туртки беради. Шу маънода, ушбу семинар мутахассис-амалиётчилар маҳоратини ошириш, соҳада йиғилган тажрибани тизимлаштириш, ОАВ ва интернет жабҳасидаги қонунчилик меъёрларини такомиллаштириш бўйича тавсиялар олишга хизмат қилади. Шундагина биз ахборот соҳасида олдимизга қўйилган вазифаларни ҳар томонлама амалга оширишимиз мумкин. Булар одамлар, айниқса, ёшларнинг содир бўлаётган воқеа-ҳодисаларга очиқ кўз билан қараши, уларда қатъийлик, мустақкам ишонч ва ҳаётини нуқтаи назарни тарбиялашга йўналтирилгани билан ғоятда муҳимдир.

Журналистика тараққиётидаги адаптив йўналишлар

Мутахассислар фикрича, Адаптация (лот. adaptatio — мослашув) — 1) организмнинг турли яшаш шароитларига мослашиши; 2) сезги аъзоларининг ўзига таъсир этадиган қўзғатувчиларга мослашиши натижасида уларда сезгирлик даражасининг ўзгариши (мас, кўзнинг ёруғлик ёки қоронғиликка мослашуви). Адаптация ҳодисаси ҳамма ташқи сезгилар (кўриш, эшитиш, ҳид, таъм, бадан сезгиси) га хосдир. Бу кўпроқ тиббиёт ва бошқа соҳаларга хос тушунча.

Шундай назарий фикрлардан келиб чиққан ҳолда журналистикада адаптив йўналишларни аниқлаштириб олиш муҳим аҳамият касб этади.

Ҳозирги глобаллашув жараёнида турли “ахборот хуружлари” авж олаётганлиги ҳеч кимга сир эмас. Шундай экан, ҳар бир шахснинг қандай ахборотга эгаллик қилиши, уни йиғиши, қайта ишлаши ва тарқатиши албатта оммавий ахборот воситаларига бевосита боғлиқ. Айнан ОАВнинг таъсири ва фикри орқали жамиятнинг ахборот базаси, эҳтиёжи ҳамда коммуникацияга оид турли талаб ва истаклари шаклланади. ОАВнинг ушбу ҳукмронлиги инсонларга икки йўл орқали таъсир қилиш имкониятига эга:

- 1) ўз мақсади йўлида инсонларни маълум ҳаракатларга йўналтириш;
- 2) турли оммавий ҳаракатлар, қарама-қаршиликларни олдини олиш ёки бартараф этиш.

Демак, ахборот соҳаси глобал суръатлар билан ривожланиб бораётган ҳозирги глобаллашув шароитида, айниқса, замонавий ахборот-коммуникация технологиялари, хусусан, Интернет тизими ривожланиши натижасида ахборот қабул қилиш ва узатишнинг барча воситалари кенг тарқалиб бормоқда. Ушбу даврда оммавий ахборот воситаларини эркин ва жадал ривожлантиришга, ахборот соҳасининг самарали фаолият кўрсатилишини таъминлашга қаратилган қатор қонунлар қабул қилинди. Айнан “Ахборот эркинлиги принциплари ва кафолатлари тўғрисида”ги Қонуннинг қабул қилиниши натижасида ҳар ким ахборотни эркин ва монеликсиз олиш ҳамда фойдаланиши ҳуқуқларини амалга оширишда, шунингдек, ахборотнинг муҳофаза қилиниши, шахс, жамият ва давлатнинг ахборот борасидаги хавфсизлигини таъминлашда муҳим аҳамият касб этди.

Ахборотнинг тез ва жадал суръатларда тарқалиши натижасида турли маълумотларни қабул қилиш жараёни авж олмоқда. Ҳозирги ахборотлашган жамиятни шакллантиришда рақамли телевидение, интернет-телевидение, интернет-радио каби алоқа воситалари муҳим ўрин тутмоқда. Бу борада профессор Файзулла Мўминов шундай ёзади: “XXI асрнинг энг катта ютуқлари ютуқлари сифатида оммавий ахборот воситаларининг глобаллашуви, рақамли технологияларга ўтиш ва интернет билан бирлашишни айтиш мумкин...”

Табиийки, интернетдек улкан виртуал кенгликдан оммавий ахборот воситалари ҳам биринчилардан бўлиб фойдалана бошлади. Шундай қилиб он-лайн журналистика вужудга келди. Бунинг натижасида эса оммавий ахборот воситаларининг янги соҳаси бўлган Интернет журналистикаси шаклланди.

Хўш, интернет журналистикаси ўзи нима ва бу борада маҳаллий ва хориж олимларининг фикри қандай?

Ушбу масала юзасидан Н.Қосимова шундай ёзади: “Босма ОАВнинг Интернет нашрлари ва умуман интернет журналистика доимий янгиланиб туришни тақозо этади, бунда ахборотлар ҳар соатда, хатто, ҳар бир дақиқада янгиланиб туриши мумкин. Бу ўринда энди аниқ бир кун воқеаларини эмас, балки аниқ битта тадбирнинг, воқеанинг боришини тезкор ёритиш назарда тутилади. Бундай долзарбликнинг учта имконияти мавжуд:

- 1) эркин янгиланиш – материал тайёр бўлишига қараб янгиланади;
- 2) белгиланган даврийлик асосида янгиланиш – сайт, айтилик, кунига, ёки ҳафтада бир марта янгиланади;

Ўзбекистонда хорижий тиллар илмий методик электрон журнал No

- 3) сурункали янгиланиш – хабар ва янгиланган келиб тушишига қараб сайтда жойлаштириб борилади”.

Профессор Санжар Содиқ ўзининг “Радиожурналистика асослари” номли ўқув қўлланмасида: “Интернет журналистикаси ўзида босма матбуотдаги ёзма матнни ҳам, радиога хос овозли шарҳни ҳам телевидениедаги жонли тасвирни ҳам мужассамлаштирган”

Кўпгина мутахассислар ОАВнинг мазкур турини одатий ёки анъанавий кўринишлари бўлмиш матбуот, радио, ТВга қарама-қарши қўйиб,

“ноанъанавий” дея изоҳлайди. Масалан, “Ахборот технологиялари ва интерактив интернет журналистика” қўлланмаси муаллифи, Дилдора Рашидова эса: “анъанавий журналистика ... журналист ва омма ўртасидаги максимал ҳамкорликка таянган интерфаол журналистикага ўрнини бўшатиб бермоқда. Янги шароитлардаги ахборий фаолият моҳиятини, шунингдек, глобал тармоқ хусусиятларини очиб беришда тадқиқотчи қуйидаги фикрни келтиради: “Интернет анъанавий оммавий ахборот воситаларига хос бўлган жами хусусиятларни ўзида мужассам этади, у тезкор, ранг-баранг оммавий ахборий маҳсулотни тарқатиш механизмидир, аммо шунга қарамай, уни матбуот, радио ва ТВ билан бир хил деб бўлмайди”

Унинг фарқини кўрсатиш учун эса кўпинча “интерфаол журналистика”, “ноанъанавий ОАВ” терминлари учрайди.

А. Калмыков ва Л. Кохановалар таҳриридаги “Интернет-журналистика” номли ўқув қўлланманинг “Интернет журналистика: асосий тушунчалар” номли биринчи бобида муаллифлар интернет журналистика ҳақидаги фикрларини кенгроқ ёритиб, журналистиканинг 3 та таърифини қиёслайдилар.

Биринчи таърифга кўра журналистика – бу оммавий коммуникация каналлари (матбуот, радио, телевидение ва бошқалар) орқали долзарб маълумотларни йиғиш, қайта ишлаш ва тизимли равишда тарқатиш демакдир. Журналистика томонидан берилаётган ахборот ижтимоий моҳиятга молик, ижтимоий фикр Ўзбекистонда хорижий тиллар илмий методик электрон журнал Но ва дунёқарашни шакллантирадиган, жамиятдаги барча воқеа-ҳодисалар, жараёнлар, шунингдек, жамият ҳаётининг иқтисодий, ижтимоий-сиёсий ва маънавий-маърифий тараққиётни шакллантириш лозим.

Ушбу қараш тарафдори бўлган Е. Прохоров фикрича эса, журналистика ахборот етказишдан бошқа вазифаларни бажармайди.

“...Ахборот журналистика ва аудитория ўртасидаги восита бўлиб, ижтимоий институт бўлган бутун журналистика тизими олдидаги вазифаларни ҳал этувчиси ҳисобланади”.

Келтирилган фикр ва таърифлардан келиб чиқиб айтиш мумкинки, журналистика ўзига хос фан соҳаси бўлиб, у бир қатор вазифалар билан бирга, турли функцияларни ҳам бажаради. Бу эса, ушбу фан доирасидаги маълумотларни олиш, улар билан яқиндан танишиш, таҳлил қилиш ва ўзаро ахборот алмашинувида муҳим аҳамият касб этади. Ҳозирги ахборот ва коммуникация асрида журналистиканинг мазмун ва моҳияти янада ривожланиши ва такомиллашуви натижасида унинг янги вазифалари ва функцияларининг шаклланишига замин яратилмоқда.

Бугунги ахборот асрида аудитория жамиятда содир бўлаётган воқеа-ҳодисалар ҳақидаги маълумотларни анъанавий оммавий ахборот воситаларидан воз кечиб кўпроқ Интернет ОАВга мурожаат қилиши натижасида интернет журналистика шаклланди.

Ушбу соҳа бўйича қатор мутахассислар, олимлар ўз фикр-мулоҳазаларини билдирмоқдалар. Жумладан, рус олими А. Грабельников

Ўзининг “Работа журналиста в прессе” номли китобида мазкур фаолият турига нисбатан “тармоқ журналистикаси” атамасини қўллайди.

А. Белоус, О. Игошиналар ҳам “Оммавий коммуникация тизимида замонавий интернет журналистикаси” номли мақоласида интернет журналистика борасида шундай ёндошади: “Интернет журналистика – бу феномен эмас, балки фактдир. Бугунги кунда ҳар бир нашриёт ўз Интернет каналига эга бўлиб, ҳар бир нашр ўз электрон формати орқали аудитория эътиборига кенг ҳавола этилган. Энди Интернет фойдаланувчиси нафақат бирор мақолани ўқиш, балки ўз фикрини билдириб, мавзу юзасидан туғилган саволларга нашрнинг аввалги сонларига машаққатсиз мурожаат қилиш имкониятига эга. Электрон ОАВ турлари анъанавий ОАВга қараганда анча ҳамёнбоп. Айнан шу сабабли ҳам массмедиаларнинг асосий функцияларидан бири бу – ахборот ва маълумотни қулай ва тез тақдим этиш. Шунини таъкидлаш жоизки, Интернет – ОАВнинг барча турларини ўзида мужассам этган расм, видео ҳамда аудио – файллар мақолага тўлиқ бириктирилиши натижасида аудитория интернетда берилган ахборотни батафсил тушунган ҳолда қабул Ўзбекистонда хорижий тиллар илмий методик электрон журнал Но қилади. Бу, ўз навбатида, интернет журналистикасининг асосий хусусиятларидан бири бўлган мультимедияни ифода этади”.

Шу билан бирга, Интернет муҳити қалам аҳли эътиборига ўзига хос воситаларни ёки, янада аниқроқ айтганда, нодир инструментарийни ҳавола этади, натижада on-line йўсинида нашр этишга тайёрлашш жараёни иштиёқ уйғотадиган ва, “жилвадор”лиги нуқтаи назаридан ғайриоддийжараёнга айланади. Шу муносабат билан, мутахассислар Интернет журналистларга “бир вақтнинг ўзида бир неча даражада: сўз, дизайн, интерфаол усуллар, аудио, видео, фотова янгиликлар дайжестлари даражасида фикрлаш”ни маслаҳат беришади”.

Бу талабда мантиқ бор, чунки телекўрсатувлар ва радиоэшиттиришларда тасвирий ва овоз ахборотлари узатилади, матбуотда ахборот босма сўзда баён этилади, on-line ахборот эса – барча юқорида тилга олинганларнинг синтези бўлгани ҳолда, Интернетнинг ютуқлари бўлган – мультимедиавийлик ва интерфаолликни ҳам қамраб олади.

Хулоса қилиб айтганда шунини айтиш мумкинки, бугун мамлакатимизда оммавий ахборот воситаларининг турлари кўпайиб бормоқда. Хусусан, кишиларнинг Интернетга бўлаётган қизиқиши ортиши натижасида журналистиканинг янги соҳаси – Интернет журналистиканинг шаклланишига олиб келди. Зотан, интернет журналистикаси ўзида босма матбуотдаги ёзма матнни ҳам, радиога хос овоз, телевидениедаги жонли тасвирни мужассамлаштириб, интернет-радио ва интернет-телевидение каби йўналишларни яратди.

Ижтимоий тармоқлар – маданиятлараро диалог муҳити сифатида

Бизнинг ҳар биримиз ижтимоий тармоқлардан турлича фойдаланамиз - Facebook ёки Twitter'дан фойдаланиш ҳар кимга турлича таъсир қилади, турли ҳиссиётларни уйғотади. Буюк Британиянинг Бристолидан Алекс Райли

турли давлатлардан бўлган одамлар тушкунликни қандай енгишлари ҳақида китоб ёзган. Китобда ижтимоий тармоқлар орқали хафақонликдан чиқиш йўллари ҳақида ҳам маслаҳатлар бўлади. Мазкур мақолада Алекс Райли ўзининг тушкунлик билан боғлиқ тажрибасини биз билан баҳам кўради. Тушкунлик пайти Facebook ёки Twitter'га мурожаат қилиш Алекса ёрдам бердими ёки унинг ҳолатини янада ёмонлаштирдими, деган саволга мақоладан жавоб топишингиз мумкин.

Ўтган йилнинг ноябрь ойида, эшик қоқаётган кумуш қиш илиқлик ва ёруғлик ўрнини эгаллаётган бир пайтда, вужудимни зулмат қоплаётганини ҳис қилдим.

Онгимни чангаллай бошлаган тушкунлик ғайритабiiй равишда кучли эди - бутун ўтган йил давомида бундайин шафқатсиз тушкунлик билан юзлашмаган эдим.

Мен тезкор ёрдамга муҳтож эдим. Яна озгина муддатни ёрдамсиз ўтказганимда ўз жонимга қасд қилиш ҳақидаги ҳаёлларим ҳақиқатга айланар эди.

Тушкунликка тушишимга қадар мен мурожаат қилган психотерапевт вазият оғирлашган тақдирда «Самаританлар» (Буюк Британиядаги оғир вазиятларда одамларга ёрдам кўрсатишга асосланган миллий кўнгиллилар ташкилоти) билан боғланишимни маслаҳат берди.

Яқинларим учун атрофдаги ҳамма нарсага қизиқиши сўниб, ўз қобигига ўралиб олган мени кўриш оғирлигини яхши англлар эдим.

Яқин одаминг бутунлай тушкунликка тушиб қолган вазиятда унга ёрдам бера олмаслик сени янада азобга солади ва шу тариқа тушкунлик бутун атрофингдагиларга ҳам «юқа бошлайди».

2010 йилдан бери ўтказилган бир неча тадқиқот натижалари ижтимоий тармоқлар, масалан, Facebook'дан узлуксиз фойдаланиш тушкунлик, ҳеч курса, унинг симптомларини келтириб чиқариши мумкинлигини кўрсатади.

2016 йили Америкда ўтказилган тадқиқотда 19 ёшдан 32 ёшгача бўлган 1787 нафар одам иштирок этади. Якуний хулосаларга кўра, шахс ижтимоий тармоқдан қанча узоқ вақт давомида фойдаланса, ундаги тушкунлик даражаси ҳам мутаносиб равишда ўсиб боради.

Шахс қанчалик ижтимоий тармоққа боғланиб қолса, унда умидсизлик, мақсадсизлик ва иродасизлик ҳислари кучайиб бориши тадқиқот давомида аниқланган.

Бироқ кўплаб мутахассислар бунинг ҳаммасига Facebook айбдор деган фикрда эмас. Азалдан тушкунликка мойил ва айни тушкунлик ҳолатидаги одамлар кўпроқ вақтини ижтимоий тармоқларда ўтказиши эҳтимоли ҳам мавжуд.

«Тушкунликдан азоб чекаётган, яшаш қадрини англай олмаётган шахслар руҳий оғриқларни енгиштириш мақсадида ижтимоий тармоқлар томон чопиши мумкин», деб ёзади тадқиқотчилар.

Албатта, одамлар билан юзма-юз мулоқотда бўлгандан кўринмас ва шахси номаълум суҳбатдошлар билан ижтимоий тармоқлар орқали алоқага

киришган маъқулроқ. Бундай суҳбатларни назорат қилиш, керакли жойда тўхтатиш осонроқ ва исталган пайтда уларга қайтиш мумкин.

Шунингдек, ижтимоий тармоқлар руҳий ҳолатга ижобий таъсир қилиши мумкинлиги тўғрисида ҳам далиллар мавжуд - ўзини жамиятдан ажралиб қолган, ҳаётдан узилган деб ҳисоблайдиган одамлар ижтимоий тармоқлар орқали айна руҳий ҳолатдаги шахслар билан мулоқотга киришиб, ижобий ҳаёт тарзига қайтишлари мумкин.

Бугун ижтимоий тармоқлар – маданиятлараро диалог муҳитини яратган экан, бу мафкура майдонида миллий ўзлимиз учун курашмоғимиз шарт.

Назорат учун саволлар:

1. Ахборотлашган жамиятни шакллантиришда қандай алоқа воситалари муҳим ўрин тутмоқда?
2. Он-лайн журналистика қандай вужудга келган?
3. “Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари фаолиятининг очиқлиги тўғрисида”ги Қонун қачон қабул қилинган?
4. Интернет журналистикаси қай тариқа шаклланди?
5. Анъанавий журналистика ўрнини қандай журналистикага эгалламоқда?
6. ОАВнинг асосий вазифаси нима?
7. Интернет журналистикасининг энг афзал жиҳати нимада?
8. Ҳозирги кунда маданиятлараро диалог учун энг қулай қайси воситани биласиз?

Адабиётлар:

1. Мирзиёев Ш.М. Халқимизнинг розилиги бизнинг фаолиятимизга берилган энг олий баҳодир. 2-жилд. –Т.: Ўзбекистон, 2017. – 508 б.
2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг фармони. Ахборот соҳаси ва оммавий коммуникацияларни янада ривожлантиришга оид қўшимча чоратadbирлар тўғрисида. –Тошкент шаҳри, 2019 йил 2 февраль. // <http://uza.uz>
3. Каримова В.А., Зайнутдинова М.Б. Информационные системы.-Т.: Aloqachi, 2017.- 256 стр.
4. Лукина М.М., Фомичева И.Д., СМИ в пространстве Интернета. –М.: МГУ, 2005.
5. Рашидова Д.К. Интернет как источник журналистской информации. – Т.: Университет. 1999 г.
6. Дадахонов А. Онлайн журналистика тараққийотининг асосий тенденциялари. Маъруза матни.
7. Асранова С. Ахборот хуружларидан огоҳ бўлайлик. Маъруза матни.
8. Қосимова Н. Интернет журналистиканинг технологик асослари. «Маҳорат мактаблари» учун қўлланма. –Т.: 1912 й.

4-мавзу. Лонгрид тушунчаси. Лонгрид яратиш учун платформалар medium.com ва tilda.com. (2 соат).

4.1. Лонгрид тушунчаси.

4.2. Лонгрид яратиш учун платформалар medium.com ва tilda.com.

4.3. Лонгриддаги овоз soundcloud.com. “Тирик” фото - thinklink.com.

4.4. youtube.comнинг лонгриддаги видеоларни яратишдаги ўрни.

4.5 Журналистлик фаолияти учун тармоқ оммавий коммуникация воситалари имкониятларидан фойдаланишнинг янги усуллари.

4.6 Видеоформат. Аудиоформат. Анимация. Символлар. Матн ва гиперматн.

Лонгрид тушунчаси.

Лонгридлар – дата журналистиканинг ажралмас қисми сифатида бугунги кунда тан олинган йўналишлардан бири. Мазкур ахборот узатиш технологияси иқлим ўзгариши билан боғлиқ масалаларни ёритишнинг энг қулай ва таъсирчан шакллари билан биридир. 58 Биография Флоренс Найтингейл. http://www.sisterflo.ru/flo/biography_flo.php 59 http://moscow.pink/univac_4563334.html 60 Журналистика данных в перспективе. http://ria.ru/files/book/_site/ 61 <https://salaries.texastribune.org/> Лонгрид (инг. “long read” – узок ўқиш) – бу ҳажмли ахборотни интернетда узатишнинг қулай усули. Маълумки, катта матнларни ўқишга бугунги кунда ҳеч кимнинг вақти йўқ. Лонгрид эса ўз ичига матн билан биргаликда айнан шу мавзудаги видеоролик, инфографика, такдимот, фон берувчи мусиқа, суратлар, иқтибосларни олган мажмуавий материалдир. Уларнинг барчаси ўзаро боғлиқ бўлиб, бир бирини тўлдириб туради. Лонгридда мантикий боғлиқлик, қисмларининг (видео, аудио, инфографика ва ҳоказо) уйғунлиги – иллюстратив қатор, шрифт, рангларнинг ҳажми ва сонининг бир хиллиги муҳим. Лонгрид бир бутун ҳикоя сифатида қабул қилиниши лозим. Яъни, сизнинг материалингизни очган фойдаланувчи ёритилаётган мавзунинг ичига кириши лозим. Лонгриднинг яна бир хусусияти ахборотни хилма хил тарзда намойиш этиш билан биргаликда, кўтарилаётган масалани ҳар томонлама таҳлил этишдир. Бу ҳақиқий янги кўринишдаги таҳлилий материалдир. Лонгрид муаллифининг мақсади – глобал иқлим ўзгариши ҳақида умумий тушунча бериш билан биргаликда, фойдаланувчи ҳудудида бевосита ҳаво исиши, ифлосланиши, унинг оқибатлари, аҳолининг мослашуви хусусида қизиқарли ҳикоя қилиш, бир хил тарзда чайналган, аммо долзарб мавзунини мутлақо ўзгача нуқтаи назардан узатишдир. Бугунги кунда лонгридларнинг бир неча турини ажратиш мумкин:

Лонгрид яратиш учун платформалар medium.com ва tilda.com.

Лонгрид бир бутун ҳикоя сифатида қабул қилиниши лозим. Яъни, сизнинг материалингизни очган фойдаланувчи ёритилаётган мавзунинг ичига кириши лозим. Лонгриднинг яна бир хусусияти ахборотни хилма хил тарзда

намойиш этиш билан биргаликда, кўтарилаётган масалани ҳар томонлама таҳлил этишдир. Бу ҳақиқий янги кўринишдаги таҳлилий материалдир. Лонгрид муаллифининг мақсади – глобал иқлим ўзгариши ҳақида умумий тушунча бериш билан биргаликда, фойдаланувчи ҳудудида бевосита ҳаво исиши, ифлосланиши, унинг оқибатлари, аҳолининг мослашуви хусусида қизиқарли ҳикоя қилиш, бир хил тарзда чайналган, аммо долзарб мавзунини мутлақо ўзгача нуқтаи назардан узатишдир. Бугунги кунда лонгридларнинг бир неча турини ажратиш кўрсатиш мумкин: Репортаж. Репортаж ўзининг белгилари билан ахборот жанрларнинг барчасига (ахборот бериш, ҳикоя қилиш, тўғри нутқ, бўёқли чекиниш, персонажларни таснифлаш, тарихий чекиниш ва бошқалар) мос келади. Репортаж жанрига қуйидагича таъриф бериш мумкин. Репортаж — журналистиканинг муҳим жанрларидан бири ҳисобланиб, содир бўлган муайян воқеа, ҳодиса, вазият, жараённинг бевосита журналист иштироки ва кузатуви орқали тасвирлаб бериш, оммани шу воқеликдан кенгроқ хабардор қилишдир. Репортажнинг предмети — содир бўлган воқеа-ҳодисадир. Репортажнинг асосий хусусияти воқеа, ҳодиса, жараён, вазиятни репортёрнинг шахсан иштирокида аниқлик, ҳужжатлилик, воқеликни қандай бўлса, шундайлигича ёритилиши билан белгиланади. Репортажнинг методлари инфорацион жанрларга тааллуқли (маълумотларни йиғиш, кузатиш, фактларни қиёслаш, таҳлил, саволлар бериш, қисқа диалог, иштирокчилар гувоҳлигида содир бўлган воқеа ривожини баён қилиш каби) барча усуллар киради. Бу усулларнинг ичида кузатиш услуби етакчилик қилади. Репортажнинг турлари. Репортаж воқеликнинг ривожини ва унинг натижаларини кетма-кетликда ҳикоя қилиниши, содир бўлган ҳодисанинг долзарблиги, жамият учун қанчалик аҳамиятга моликлиги, мавзунинг ранг-баранглигига қараб воқеабанд, мавзули ва муаммоли турларга бўлинади. Репортажли лонгрид тайёрлашда жанр хусусиятларидан фарқли ўлароқ, муаллиф “мен”ига урғу бермаслиги лозим. Чунки муаллиф воқеа қаҳрамони эмас, балки ҳикоя қилувчи холос. Унинг асосий вазифаси кўрганларини шундай тасвирлаб бериши керакки, ўқувчи уларни ўз кўзи билан кўргандек ҳис қилиши лозим.

Лонгриддаги овоз soundcloud.com. “Тирик” фото - thinklink.com.

Лонгриднинг яна бир асосий қисми инфографикадир. Инфографика - латинча informatio —баён қилиш, хабар бериш; юнон тилидаги γράφικος — ёзма, ва γράφω — ёзаяпман сўзларидан олинган бўлиб, маълумотлар, билим ва ахборотни графика кўринишда узатиш демакдир. Инфографика нафақат катта ҳажмдаги ахборотни узатиш, балки предметлар ва фактларнинг вақт ва макон бирлигидаги мувофиқлиги ва фарқини кўрсатиш имконига ҳам эга. Биринчи бўлиб журналистикада матн ва графика орқали ахборот узатишдан 1982 йили “USA Today” газетасининг муҳаррирлари фойдалана бошлашди.

Қисқа муддат ичида газетанинг адади ўсиб, аудиторияси кенгайди. Америкалик ўқувчилар тез орада инфографиканинг афзаллигини тушуниб етишди. Инфографика газета саҳифасида камроқ жой эгаллаб, ахборотни матнга нисбатан тезроқ узатар эди. Фотосуратдан фарқли равишда инфографика тезис шаклдаги шарҳларни ҳам ўз ичига жамланиши билан бошқа ахборотлардан фарқ қиларди. Тезкор, долзарб фактларга, рақамларга кизиқиш, одамларда кичик ҳажмдаги катта ахборотни қабул қилишга интилишнинг кучайиши натижасида инфографика ахборот узатишда биринчи ўринларга чиқмоқда. Ҳозирги замонда инфографика диаграмма ва графикаларда соатлаб чизилиб эмас, балки зарур фактларни кенг миқёсда кўрсатиш учун қулай ва осон бўлган усул - диаграмма 63 https://www.overclockers.ru/softnews/52650/Miniobzory_semi_luchshih_besplatn_yh_programm_dlya_redaktirovaniya_video.html 64 Ўша ерда. кўрсаткичларини интерактив равишда бошқариш имкони бўлган интерфейсларда яратилади. Улардан бири Flash технология бўлиб, у чиройли, интерактив кўринишга эга бўлган, имкониятлари кенг интернет иловаларни яратиш учун кросс-браузер платформа сифатида асос бўлиб хизмат қилади. Аммо мазкур технология ҳам қисқа вақт ичида эскириб, унинг ўрнига шиддат билан уяли алоқа қурилмаларида ҳам инфографикани турли усулда яратиш имкони бўлган canvas ва SVG технологиялар кириб келмоқда.

Реконструктор. Бундай материал маълум бир воқеяликни қайта қуриш, глобал иқлим ўзгариш билан боғлиқ мавзуларни таҳлил этиш, унинг сабаблари ва оқибатларини аниқлашдан иборат. Лонгриднинг бу турида фон мусикаси, видеоқўшимчалар муҳим роль ўйнаб, материал ўқувчисининг кайфиятини шакллантиради. 3.Портретлар (people stories). Мазкур турга интервьюлар, очерклар, биографик лавҳалар киради. Мазкур турдаги лонгриднинг асосий вазифаси глобал иқлим ўзгаришидан жабрланган қаҳрамонни кўратиш, муаммо оқибатларига мослашаётган шахснинг ҳаётий тамойиллари, масалага қарашларини таҳлил этиб беришдан иборат. Бундай материалнинг асосий жиҳатларидан бири юқори сифатли, бир бирига мантқан боғлиқ бўлган иллюстратив қаторнинг мавжудлигидир. Ҳуш, лонгрид қандай яратилади? Агарда сиз эндигина журналистика соҳасига қадам қўяётган бўлсангиз, лонгрид сиз учун эмас. Чунки унинг матни оддий журналистик 62 Н.Қосимова ва бошқ. Босма ОАВ таҳририятлари учун ўқув қўлланма. Т., 2008., 35 б. матндан бироз фарқ қилади. Матн ўз таркиби бўйича мураккабдир. Агарда матнинг бошида мақола сингари лид бўлса, унинг давоми бевосита аудио ёки видео лавҳа ёхуд интервью билан давом этади. Кейинги қисмда матн видеолавҳанинг узлуксиз давоми бўлиши лозим. Факт ва далиллар таҳлили, статистик маълумотларнинг кўплиги, қаҳрамонларнинг видеоинтервьюси ва ҳоказо. Демак, сиз лонгрид тайёрлашга аҳд қилдингиз. Материални тайёрлашдан олдин мавзунини яхшилаб ўрганинг. Танлаган бир неча қаҳрамонларингизнинг мавзу юзасидан фикрини ўрганинг. Иложи борича бир бирига қарама қарши фикрларни ймғишга ҳаракат қилинг. Турли ахборот манбаларидан фойдаланинг. Лонгрид фақатгина қизиқарли фактлар, ёрқин иқтибослар, мавзу юзасидан

илгари маълум бўлмаган деталлар билан бойсагина қизиқ бўлади. Матнни ёзишдан олдин мақсадни аниқлаб олинг. Глобал иқлим ўзгариши умумий мавзу бўлса, унинг атроф-муҳитга, аҳоли соғлиғига салбий таъсири, ҳудудда юз бераётган ўзгаришлар ва ҳоказолар асосий мавзулар бўлиши мумкин. Айнан сизни қайси мавзу қизиқтираётганини аниқланг. Материал ғоясидан сўнг унинг кўриниши юзасидан режа тузиб олинг, яъни унинг умумий кўриниши қандай бўлади, материалнинг инфографика, иктибос, видео керакми? Режани тузиб олгач, материалнинг таркибий қисмларни тайёрлашга киришинг. Замонавий журналист мультимедиа технологиялардан хабардор бўлиши муҳим. Лонгрид учун материал тайёрлашда мобил қурилма ҳамда монтаж дастури юкланган ноутбукданлардан фойдаланиш кифоя. Бунда сиз энг оддий Windows Movie Maker 2012 ёки Kate's Video Toolkit63 видеодастурларидан фойдаланишингиз мумкин. Windows Movie Maker 2012 дастуридан фойдаланиш жуда ҳам осон. Видеотасвирларингизни дастур ойнасига тортиб киритиш кифоя, улар дарҳол сиз киритган тартибда бир чизиққа тизилади. Тасвирдан тасвирга ўтиш, махсус эффектлардан фойдаланиш клик орқали амалга оширилади. Шунингдек дастур орқали видеолавҳангизга титрлар ёзиш, мусиқа қўйиш мумкин. Олинган натижани ягона видеофайл сифатида сақлашингиз ёки танлаган сайтингизга дарҳол юклашингиз мумкин. Kate's Video Toolkit64 видеодастури қўшимча равишда видеони таҳрир қилиш имкониятини ҳам беради. Сиз ўз видеолавҳангиздан ортиқча нарсаларни олиб ташлашингиз ёки етишмаётганини қўшишингиз мумкин. Шунингдек видеони турли форматларга конвертация қилиш имконияти ҳам мавжуд. Ягона камчилиги, дастур ойнасини бутун экранга катталаштира олмайсиз. Қолганида эса мазкур дастур ўзининг соддалиги билан кўплаб мухлисларига эга

Журналистлик фаолияти учун тармоқ оммавий коммуникация воситалари имкониятларидан фойдаланишнинг янги усуллари

Дунёнинг нуфузли оммавий ахборот воситалари конвергент журналистика (convergence journalism) тизимида фаолият юритмоқда. **Конвергент журналистика** бу матбуот, радио, телевидение ва интернетнинг ўзаро уйғунлашувини англатади. Дейлик, бугун ривожланган давлатлардаги бирор нуфузли газетада фаолият юритаётган журналист фақат матн ёзиш ёки унга фотолавҳа илова қилиш билан чекланмайди. У, айни чоқда, аудио ва видео форматдаги материалларни ҳам тайёрлаш салоҳиятига эга бўлиши лозим. Умуман, дунё журналистикасида қизиқ ҳолатни кўриш мумкин. Соҳа ва мавзу бўйича тифиз ихтисослашув кечаётган бир пайтда журналистларнинг ижодий фаолиятида универсаллашув кузатилмоқда.

Интернет журналистикаси учун ҳам универсаллашув муҳим. Замонавий журналист бир вақтнинг ўзида ҳам теша тегмаган мавзуда янгилик ёки долзарб мақола ёза олиши, аудио интервью уюштириши, фото ва видео материал ҳозирлаши, турли форматдаги материаллар асосида интернет учун интерактив саҳифа тайёрлай олиши керак. Бунда у ҳам журналист, ҳам оператор, ҳам фотограф, ҳам режиссёр вазифасини бажаради. Демак, бугун

журналистдан замонавий ахборот коммуникация технологияларидан маҳорат билан фойдалана олиш, яъни техник кўникмаларга эга бўлиш ҳам талаб этилмоқда.

Интернет журналистикаси тез суръатларда тараққий этмоқда, лекин ихтисослашув жараёни соҳадаги шиддатли ривожланиш билан уйғун тарзда кечяпти дейиш қийин. Бунга асосий сабаблардан бири сифатида юртимизда йирик интернет концернлари шаклланиб улгурмаганини айтиш мумкин.

Ўзбек интернет маконида муайян соҳага ихтисослашган профессионал журналистларнинг таҳлилий мақолалари етишмайди. Интернет таҳририятлари фото, аудио ва видео форматдаги материаллардан унумли фойдалана олмаётир. Табиийки, мукамал интернет таҳририяти талабларига жавоб бермайдиган, иқтисодий жиҳатдан кучсиз медиа жамоаларида ихтисослашувга эришиб бўлмайди.

Юртимиз интернет журналистикасида янгиликлар (www.gazeta.uz, www.kun.uz, www.daryo.uz, www.uz24.uz, www.podrobno.uz, www.anons.uz ва ҳ.), спорт (www.sports.uz), янада ихтисослашадиган бўлсак, футбол журналистикаси (www.uff.uz, www.stadion.uz, www.championat.asia) тараққий этипти. Айрим давлат ташкилотларининг ахборот хизматлари (www.gov.uz, www.soliq.uz, www.dtm.uz, www.customs.uz ва ҳ.) ҳам веб оламда муайян ихтисосликка оид маълумотларни мунтазам тақдим этмоқда. Шунингдек, турли соҳаларга ихтисослашган сайтлар ҳам ривожланмоқда (www.kommersant.uz – бизнес, www.bibi.uz – автотранспорт, www.ictnews.uz – ахборот технологиялари). Газета-журналлар (www.noviyvek.uz, www.uzbekistonovozi.uz, www.xabar.uz, www.marifat.uz), ахборот агентликлари (www.uza.uz, www.jahonnews.uz, www.turkistonpress.uz), радио ва телеканалларнинг (www.mtrk.uz) веб версияларида ҳам таҳририят ихтисосига кўра маълумотлар узатилади.

XX асрда оммавий ахборот воситаларининг шиддатли ривожланиши маданиятнинг ўзгаришига, янги виртуал алоқа дунёсининг шаклланишига олиб келди. Бунда ахборотнинг икки усули, яъни инсонга йўналтирилган усул ва медиага йўналтирилган усуллари пайдо бўлди.

Инсонга йўналтирилган усулда инсонлар ОАВни ўз шахсий эҳтиёжларига қараб мослаштирадilar. Бу инсонларнинг маълумотларни танлаб, қандай қабул қилишларидан келиб чиқади. Улар ўзларининг фикрларига мос келадиган маълумотларни танлаб оладилар, тўғри келмайдиган маълумотларни эса ҳисобга олмайдилар.

Медиага йўналтирилган усул инсоннинг ОАВ таъсирига бўйсунishiга асосланган. Бу инсон онгига гиёҳванд моддадек таъсир ўтказади, унга қарши боришнинг эса имкони йўқ.

Маълумки, оммавий нашр, фотография, телеграф, телефон, радио, телевидение XX аср феноменлари ҳисобланади. Шу билан бирга, оммавий саводхонликка асос бўлган бир қанча кутубхоналар, театр, нашриёт, кино ва телестудияларнинг пайдо бўлиши ҳам шулар жумласидандир. Даврлар ўтиши билан кабел ва спутник телевидение, видео, компьютер каналлари, интернет, электрон почта, мобил алоқа кабилар яратилди, натижада

сайёравий глобал онгнинг шаклланиши бошланиб, у ривожланиш сари қадам ташлади. Шунингдек, медиа техник маҳсулотларнинг белгиси сифатида намоён бўлиб, у оммавий маҳсулотларни истеъмолчилар онгига етказишда асосий восита вазифасини бажарди.

Ҳозирги кунда медиа муҳит жуда мураккаб тузилишдан ташкил топиб, у ижтимоий-иқтисодий ҳаёт, жамият институтлари, ижтимоий онг, маънавий ва моддий маданиятни қамраб олади. Бугунги кунда замонавий медиамаконда экранли маданият етакчилик қилмоқда. У ўз ичига телевидение, кино, видео, электрон манзил, компьютер каналлари ва интернетни олади. Ушбу воситаларнинг барчаси медиамуҳитнинг таркибий қисми ҳисобланиб, биз асоси ахборот ҳисобланган жамиятга айландик.

Юқоридаги воситалар орқали инсон онгига фақат ижобий ҳодисалар таъсир этади, дея олмаймиз. Чунки медиа муҳитдаги барча маълумотлар ҳам ижобий самара беравермайди. Бугунги глобаллашув даврида турли мафкуравий таҳдидларнинг кириб келишида муҳитнинг таркибий қисмига кирувчи техник ва электрон воситалар асосий восита бўлиб хизмат қилмоқда.

Америкалик жамиятшунос М.Кастельс ўзининг “Интернет галактикаси” китобида: “Ҳозирги даврда жамиятда бир вақтнинг ўзида бир қанча ўтиш даври ёки жараёнлар содир бўлмоқда. Булардан энг муҳими ахборот жамиятига технологик ташкилий ўтиш давридир. XXI асрдаги ҳокимият, бойлик, ижтимоий фаровонлик ва маданий ижод кўпгина ҳолларда ахборот жамиятининг моделининг ривожланишига боғлиқ” деган фикрлар келтирилган. Яна бир америкалик медиолог Д.Рошков “Медиавирус” номли китобида, бизнинг цивилизациямиз кенгайиши мумкин бўлган ягона муҳит, бу – медиадир.

Ҳокимиятга эгалик қилиш инсонларнинг сонига қараб эмас, балки оммавий ахборот воситаларида неча дақиқа ва ҳажмни қўлга киритилишига асосланади. Чексиз ўсаётган медиа ҳақиқий яшаш муҳитига айланди. Натижада 500 йил илгари дунё шари қандай чексиз бўлган бўлса, худди шундай реал муҳитга айланди. Турли инсонлар ва иқлимларнинг ўзаро боғлиқлиги учун очик бўлган янги медиахудуд пайдо бўлди. Бугунги кунда унда турли этник ва миллий маданиятлар мавжуд. Шу билан бирга, миллий кадриятлар ва анъанавий санъат ўзининг кейинги ривожланиш ҳолатларини кибермакондан олиши натижасида уларнинг бажарадиган тизими ўзгариб боради, деган эди.

Жамиятда менталитет ва миллатидан қатъи назар, инсонларни умумий боғлайдиган макон (инфасфера)га кириш натижасида инсон унинг таъсирига тушиб қолади ва ўз миллий кадриятларидан узоқлашади. Глобал медиа муҳитнинг яратилиши маълумотлар ҳажмининг чексиз ўсиши, реалликни бузувчи зарарли медиавирусларнинг пайдо бўлиши инсониятга катта хавф туғдиради. У нафақат медианинг жамият устидан бўлган ҳокимиятини англатади, балки кибермакон (автоматлашган муҳит)да миллий кадрият ва маданиятнинг тақдири ҳақида ҳам ўйлашга мажбур этади.

Олим Г.Маркузенинг фикрларига кўра, медиамуҳитдаги шахс фақат истеъмолчига айланиб қолиши мумкин. Унда ишлаб чиқаришга оид ғоя ва

кизиқишлар қолмайди. Унинг фикрича, инсон бир маромдаги мавжудотдир, чунки у бошқарилмоқда. Дунё жамияти оммавий ахборот воситалари таъсирида бир маромдаги неототалитар тизимга эга бўлди. Улар ҳар бир индивидуал онга ёлғон, мантиқсиз маълумотларни ҳамда истеъмол маҳсулотларига ҳаддан ортиқ “ибодат қилиш” шаклини киритишди. XX-XXI асрларда нафақат Ғарб ва Шарқ, Жануб ва Шимол ўртасида ҳамда Европа, Осиё, Африка, Америка қитъалари орасида маданиятлар аралашуви содир бўлди, балки ҳар бир замонавий инсон онгида маданият спектрининг яқинлашуви содир бўлди.

Бу борада олим Д.Белл ахборотлашган жамиятдан салбий томон изламасдан, ушбу тизимдан фойдаланишни ўзига хос маданиятини ўрганишни тавсия қилади. Яъни, олим томонидан электрон маданият ва кибер маданият атамалари қўлланилади. Ахборотлашган даврда инсон мазкур ахборотларни фойдали ва фойдасиз жиҳатларга ажратадиган “ўз онгидаги филтёр”га эга бўлиши лозим. Бошқача айтганда, медиа олами маҳсулотларидан фойдаланиш маданиятига эга бўлиши керак.

Медиа бошданок истеъмолчи онгини эгаллаб олиб, уни хаёллар дунёсига ғарқ қилади. Бунинг таъсири эса жиддий салбий ҳолатларга олиб келиши мумкин. Натижада медиа ривожланиб боришининг сўнггида инсон онгида тўлиқ ампутация (кесилиш) содир бўлади. Медиамаҳсулотининг истеъмол қилиниш жараёнида шахсининг инсоний маҳоратлари ўз чегарасидан чиқиб кетади ва шахс ўзининг онгидан “бегоналашган мантиқ”га эга бўлади. Бундай вазиятда инсон маънавий жиҳатдан жуда ҳам нимжон мавжудотга айланиб қолади. Ушбу жараёнда шахс онгида кечаётган жараёнларни тўлиқ англамаган ҳолда ўзини-ўзи алдайди. Яъни, инсон технология унга бераётган чексиз имкониятлардан сармаст бўлиб юради. Бунда у худди оптимистик равишда сувда ўз аксини кўрган нарғис гули сифатида ўзини ўзи йўқотади.

Бугунги кунда Ўзбекистонда фан-техника соҳасида ҳам кўпгина ўзгаришлар юз бермоқда. Бунда, албатта, медиамуҳитнинг роли кўпгина ижтимоий жараёнларда муҳим восита сифатида ўсиб борди. Бу ҳолат давлатнинг сиёсий ва иқтисодий ривожланишига таъсир кўрсатди, натижада жамият медиалаштирилди ҳамда янги медиамуҳит шаклланди. Ушбу ҳолат очик ва демократик кўринишда бўлиб, дунёнинг кенг ахборот муҳитига эшиклар очилди. Ўтган йиллар мобайнида мамлакатимиздаги барча тизимларга ахборот коммуникация технологиялари жорий этилди, фан ва таълим соҳасида умумлашган ва руҳсат этилган маълумотлар базаси пайдо бўлди, мамлакат ҳудудида маданият, ахборот марказларининг кенг тармоқлари пайдо бўлди.

Мамлакатимизда шаклланган медиамуҳитдан самарали фойдаланиш билан бирга, эҳтиёткор муносабатда бўлиш асосий вазифа ҳисобланади. Медиамакон таъсирини инсонлар онгига ўз ҳолича ташлаб қўйиб бўлмайди. Чунки медиа макон мафкуравий таҳдидларнинг кириб келишида етакчи ўринларда турувчи восита саналади. Ҳозирги глобаллашган, медиамуҳит ва медиамакон тараққий этган замонда яшаётган эканмиз, ушбу жараёнда кириб

келаётган мафкуравий таҳдидлардан ҳимояланиш зарур. Медиамакондан фойдаланаётган инсонлар турли ижобий ёки салбий ахборотларни тўғридан-тўғри қабул қилавермасликлари учун, аввало, уларда медиамаданият ва медиасаводхонликни шакллантириш лозим.

Шахс ижтимоий онги ва унинг ижтимоийлашувини шакллантирувчи, маданий тарихий ривожланишда инсоният томонидан ишлаб чиқилган ахборот воситаларининг йиғиндиси **медиамаданият** ҳисобланади. Медиамаданият ўзининг шаклланиб бориши жараёнида ахборотни қабул қилиш ва тақдим этиш функцияларини бажаради. Медиамаданият жамият билан бирга унинг ижтимоий-маданий жиҳатдан замонавийлашишида муҳим динамик ҳолат ҳисобланади.

Медиамуҳитнинг миллий маданият ва санъатга таъсири кучли. Бу ҳол миллий санъат асарларида асликнинг барбод бўлиши ва йўқолишига олиб келиши мумкин. Яъни, замонавий санъатда техник нусха олишнинг чексиз имкониятлари кўпайиши билан бирга, аслик ва нусха ўртасидаги онтологик ҳамда ижтимоий чегараларнинг йўқ бўлишига олиб келади. Бунинг натижасида санъатнинг сири ва қадри каби тушунчалар ўз аҳамиятини йўқотади. Бундан ташқари, нусха кўпайтиришнинг анъанавий ноёб техникаси ўрнини оммавий нусхалаш эгаллайди. Бунда яқка истеъмолчининг ўрни замонавий оммавий истеъмолчилар маданияти билан алмашади.

Бугунги XXI аср ахборот технологиялари асрида ушбу жараёнларга қай даражада қарши турилмасин, медиамуҳит орқали ҳам ижобий, ҳам салбий ахборотлар кириб келаверади. Бу жараёнга инсонлар аста-секинлик билан кўникиб бормоқда. Ушбу ҳолатнинг давом этиши, инсониятда маънавий онг ва инсоний ғоялар йўқолиб кетишига олиб келади. Шунинг учун ҳам инсонларда миллий ўзликни йўқолиб кетмаслигини олдини олишда жамиятга зиёлиларни кўпроқ жалб қилиш, уларни фикрларини эшитиш ва тарғиботини кучайтириш лозим. Асосийси, бунда нафақат жамият, балки медиаоламида (айниқса, телевидение, радио ва интернет ижтимоий тармоқлари) ҳам ҳар бирзиёлининг фаол бўлиши мақсадга мувофиқ. Чунки бугунги кунда асосий вазибалардан бири – ёшларни маънавий онгини юксалтиришдан иборат экан, уларга медиамуҳитда ҳам ахлоқ нормаларига риоя қилган ҳолда зиёлилардан ибрат олувчи макон яратиб бериш лозим. Ёшларда медиамаданиятни шакллантириш яъни телевидение, интернетдан фойдаланаётганларида маънавий онги учун фойдали бўлган маълумотлардан кенгрок фойдаланишларига ихтиёрий ундашлозим. Ушбу жараёнда ёшларнинг асл маданият намуналари ва “сохта” маданият ҳамда маънавиятни емиришга хизмат қилувчи мафкуравий таҳдидлар ўртасидаги фарқни англаб етишлари муҳим аҳамият касб этади.

Видеоформат. Аудиоформат. Анимация. Символлар. Матн ва гиперматн

Янги ахборот технологиялари, электрон ва мультимедиа воситалари, рақамли ва сунъий йўлдош алоқа каналлари ҳамда интернет инсон имкониятлари, унинг тафаккури, билим ва ижодий бунёдкорлиги самарасидир. Мутахассислар ахборот технологиясининг асосий белгиси

сифатида маълумотни қайта ишлаш жараёнининг муайян босқичларга бўлинишини эътироф этадилар. Бу эса, ўз навбатида, ушбу жараённинг батамом тартибга солиниши ва уни автоматлаштирилган ҳолда ўтказилиши учун янги имконият яратиб берди.¹

Демак, ахборот технологиялари бу – коммуникатив фаолиятни амалга ошириш ҳамда [маълумотни қайта ишлаш](#), ахборот олиш ва тарқатишда фойдаланиладиган барча электрон, рақамли ва техник воситаларидир. Ўз фаолиятида айниқса, журналистлар кўп фойдаланадиган компьютер ва интернет ахборот технологияларининг одатий ва кенг тарқалган туридир. Шунини алоҳида таъкидлаш керакки, компьютер ва интернетнинг ихтиро қилиниши оммавий ахборот воситалари фаолиятида кескин бурилиш ясади. Жамиятни ахборот билан таъминлаш, аҳолига керакли маълумотларни ўз вақтида, тезкорлик билан етказиш кўрсаткичлари бир неча баробарга ошди.

Босма нашрларнинг электрон шакллари яратилишининг зарурати ва муаммолари. Интернет журналистиканинг пайдо бўлиши ва тез суръатлар билан ривожланиши унинг ижодий ходимлари, журналистлар – «қалам аҳли»га янги имкониятлар, қулайликлар тақдим этди. Аммо интернет журналистининг қуроли фақат сўз эмас. Энди у ўз ижод маҳсулини чегараланмаган маконда фотосурат, график тасвирлар, аудио ва видеолавҳалар билан бойитиши, ўқувчиси билан мулоқотга киришиши, унинг фикр-мулоҳазаларини билиши, ёзган материални ўзи истаган вақтда тезкор янгилаб туриши, фойдаланувчининг ахборотга бўлган талабини қондириши мумкин. Интернет журналистика ОАВнинг бошқа бирор тури қамраб ололмаган имкониятларга эга бўлди. Улардан биринчиси мультимедиа имкониятларидир.

Гиперматн — материал ичидаги муҳим, қўшимча маълумот талаб этадиган сўз ва жумлани бошқа саҳифага боғловчи ҳаволалар киритилган матндир. Боғланган саҳифага сичқонча тугмасини ўша сўз устида босиш орқали ўтилади. Гиперматнда берилган маълумот оддий матндагидан кўра тушунарлироқ ва таъсирчанроқ. Сабаби унда ҳаволалар орқали расм, жадвал ва бошқа қўшимча маълумотлар берилган бўлади. Мисол тариқасида электрон нашрлардан бирида берилган қуйидаги матнни олиш мумкин. Унда хабарга бевосита тегишли бўлган иккита ҳавола киритилган: «... Миллий кутубхона сайтида берилган маълумотга кўра, аъзо бўлиш вақтида талабалар учун 50 фоизли имтиёз бор. Иш тартибининг тўлиқ кўриниши билан Ўзбекистон Миллий кутубхонаси сайтида танишиш мумкин. Гиперматн тили – HTML дастурлаш тилини (Hyper Text Markup Language) ҳам да HTTP (Hyper text Transfer Protocol) гиперматнни юбориш ва [қабул қилиш протоколини яратиб](#), унинг асосида дунёни забт этган ўргимчак тури тизимининг ишлашини йулга қўйди ва WWW гиперматн тизимининг учинчи отасига айланди. Демак, шундай қулайликлари туфайли интернет ҳеч бир босма нашрда мавжуд бўлмаган фазилати билан ажралиб туради.¹

Гиперматнлилик. Гиперматн Интернет саҳифасидаги баъзи сўзларнинг тўлароқ маъно ёки ўша сўзга нисбатан батафсилроқ маълумот бериш учун бошқа саҳифага боғлаш – бирор атама ҳақида маълумот олиш учун бошқа

саҳифага «сакраш»дир. Буларга оддийгина сичқонча орқали гиперматнни босиш орқали ўтилади. Гиперматнлардан деярли барча турдаги электрон (Интернет, интранет, CD-ROM, компьютер дискларида www.journal.fledu.uz илмий-методик электрон журнал сақланадиган) матнларда фойдаланилади.

Гиперматн тушунчаси 1965 йили АҚШлик компьютер билимдони Тед Нельсон томонидан киритилган. У гипер сўзини фойдаланувчиларнинг электрон матнларни ўқиётганда бир-бирига алоқадор мавзуларга тезлик билан ўтишини таърифлаш учун ишлатган.

Гиперматнлар веб-сайтларнинг асосини ташкил этади. Шунингдек, кейинги пайтда жуда кўп дастурлар (Microsoft Word, Macromedia Flash ва бошқалар) ўз имкониятларини гиперматнлардан фойдаланиб ошироқда.

Гиперўлланмалар ўргимчак тўрини ҳосил қиладиган механизмдир. Айнан улар интернетнинг барча ресурсларини бир-бирига боғловчи восита ҳисобланади.

Суратлар. Бугунги электрон нашрларда энг кўп қўлланилувчи мультимедиа воситалардан бири. Улар материалда баён этилаётган воқеа-ҳодиса ҳақида тўлароқ тасаввурга эга бўлиш, интервью берувчи шахс кимлигини билиш, ўқувчи эътиборини жалб этиш мақсадида қўйилади. Ундан фоторепортаж, фотофакт жанрларида кўпроқ фойдаланилади. Ҳозирда кўпгина электрон нашрлар ўзининг фотогалереясига эга.

Аудио. Турли форматларда берилувчи аудио маълумотлар, кўпроқ интервью жанридаги материалларда фойдаланилади. Тезлиги юқори бўлмаган интернет провайдерларида аудио маълумотларни эшитиш бироз қийинчилик туғдиради. Унинг устунлиги шундаки, расм каби у ҳам таъсирчан далил бўлиши мумкин.

Видео. Борган сари электрон нашрларда кенгроқ фойдаланилаётган мультимедиа воситаларидан бири. У ҳам хабар таъсирчанлиги ва ишонарлилигини оширишда қўл келади. Айниқса, бугунги кунда видеолавҳаларни ҳаваскор видеоаппарат ёки уяли телефонда олиш имконияти видеоматериалларнинг ортиши ва уларга бўлган қизиқиш кучайишига сабаб бўлмоқда. Аммо видеолавҳа киритилган саҳифани очиш ва юклаш қийинчилик туғдиради.

Анимация. Бу интернетда бир неча расмларнинг прогрессив тарзда ишлатилиши ва ҳаракатни келтириб чиқаришидир. Кўпгина сайтларда ундан маълумотлар лентасини алмашиб турувчи суратлар орқали беришда кенг қўлланилади. «Айни пайтда интернетдаги 88 фоиз веб-саҳифаларда анимациялардан фойдаланилади».

«Интерактивлик» сўзининг луғавий маъносида (инглиз тилида «inter»-ўзаро, «action»-ҳаракат, фаолият) ҳаракатланиш, ўзаро таъсир қилиш, тор маънода ахборот алмашиш, кенг маънода эса ижтимоий таъсир кўрсатиш, мулоқот жараёнида ахборот алмашинувининг икки тарафлама фаоллашуви назарда тутилади». Интернетнинг интерактив воситаларига бир қанча мисоллар келтириш мумкин. Асосийлари қуйидагилар:

«Форум»;

Меҳмонлар китоби;

Сўровлар;
Муаллифнинг э-почтаси».

Сўров — сайт аъзолари ва фойдаланувчилар ўртасида у ёки бу мавзуда ўтказилувчи савол-жавобдир. Босма нашрлардан бирининг электрон сайтида берилган сўровномани мисол тариқасида келтирамиз: «Darakchi.uz сайтида қандай рукндаги мақолалар кўпроқ берилишини истайсиз?

Маҳаллий ва хорижий хабарлар
Долзарб мавзулар
Шоу-бизнес»

Бу каби сўровлар сайт ўқувчиларининг истак-хоҳишидан хабардор бўлиш, уларга кўпроқ қайси рукн ва мақолалар ёқаётганини аниқлаш, сайтга қандай ўзгартиришлар киритиш кераклигини белгилашда қўл келади. Шунингдек, босма нашр сайтида ўтказиладиган сўровлар тайёрланаётган мақоладаги у ёки бу фикрга аҳолининг муносабатини аниқлаш, статистик маълумотлар йиғишда ёрдам беради. Хусусан, «Аргументы и факты» газетасининг веб-сайтида турли мавзудаги интернет-сўровлар ўтказилади ва газетанинг деярли ҳар бир сонидан ўртача 5 тадан интернет-сўров(опрос) киритилган мақолалар чоп этиб борилади.

Мультимедиа – инглиз тилидаги “multi” ва “media” сўзларидан олинган бўлиб “кўп”, “бир неча” ва “ахборот узатувчи воситалар” маъноларини билдиради. Демак, мультимедиа тушунчасини – бир неча усулда ахборот узатиш деб қабул қилиш мумкин.

Мультимедиа – матн, расм, овоз ва тасвир кабилардан камида иккитасининг бирлашиб ахборот узатишидир. Фақат расмнинг анимацион ҳолатини ҳам мультимедиа сифатида эътироф этиш мумкин. Мультимедиа маълумотларнинг аниқ ва тушунарли етказиб берилишини таъминлайди.

Ҳозирги компьютерларни мультимедиа компьютерлари деб аташади. Лекин кўпчилик бу фикрга қўшилмайди.

Компьютерларнинг бундай номланиши оддий компьютерлардан мураккаб компьютерларга ўтилганда пайдо бўлган. Бунга мураккаброк компьютерларда овоз ва ишлаш программалари ёрдамида анимацияларнинг ишлатилиши сабаб бўлган.

Мультимедиа усулида узатилган маълумот оддий усулда (яъни фақат матнда) узатилган маълумотдан кўра кўпроқ самаралироқдир. Чунки ундаги расмлар, жадвал, инфографика ва бошқа тегишли манбаларга боғланишларнинг ўқувчига кўпроқ маълумот бериши аниқдир.

Интернетда ишлаш хусусида гапирар эканмиз аввало, унга уланиш учун даставвал тармоққа улаш ва компьютер орқали ахборот алмашилишини ташкил этиб берувчи воситачини яъни, провайдерни танлаб олиш зарур. Провайдер, дастлабки, ARPANET тармоғига уланган компьютерлар доимий уланиш режимида ишлаган. Уларнинг ҳар бири ўзининг аниқ манзили домен ига эга бўлган. Интернет провайдерлар мижозларга интернет ресурсларидан фойдаланиш, электрон почта хизмати, шахсий веб-сайтларни интернетга жойлаштириш, интернет орқали конференциялар ташкил этиш, интернет кидирув тизимларидан фойдаланиш каби хизматларни кўрсатади.

Ҳозирда мамлакатимизда Саркор Телеком, ТШТТ - [Тошкент шаҳри телефон тармоғи](#), Шарк Стрим, Комнет, EVO каби провайдерлар мавжуд. Провайдер танлангач эса компьютерни тармоққа улаш учун модем, кабел, адаптер каби зарур ускуналарни олиш керак. Веб-саҳифалар билан ишлаш учун эса браузер дастурини ўрнатиш ва созлаш керак.

Он-лайн журналистика юқоридаги тенденциялар асосида ўзининг ахборот узатувчи каналлари, интернет журналистлари, ўз аудитория қатламини шакллантирди. Ахборот технологиялари ва дастурларнинг ривожланиши билан мазкур тенденциялар янги қирраларда намоён бўлмоқда.

Журналистлар, ОАВ ва аҳоли учун ахборот йиғиш, саралаш ва тарқатишнинг янги усуллари яратиб бермоқда.

Маълумотни излаш, чоп этиш, сақлаш, кўчириш, жўнатиш ва қабул қилиш осонгина ечим топди. Матн, товуш, видео, фото, графика, мусиқа ва бошқа шаклдаги маълумотларни интерфаол равишда алмашиш йўлга кўйилди ва бу журналистлар фаолиятида кенг татбиқ этилмоқда.

Бутунжаҳон ўргимчак тўри бўлмиш интернет – телевидение, радио, матбуот нашрлари каби ахборот манбаларидан фарқли ўларок, ҳар қандай маълумотни ўз истеъмолчиларига истаган шакл ва кўринишда, турли ҳажмда кўлга кирита олиш имконини берди. Ахборот коммуникацион технологиялар жамиятнинг ижтимоий-иқтисодий, сиёсий ва маданий ҳаётнинг барча соҳаларида ахборотдан фойдаланиш самарасини оширишда, фуқаролар, ташкилотлар ва давлатнинг ахборотга бўлган эҳтиёжларини қондиришга хизмат қилмоқда.

Интернет ўзининг хусусият афзалликлари билан жамият ҳаётига [шу қадар тез кириб келдики](#), қисқа фурсатда сафдошларидан ўзиб кетишга ҳам улгурди. Маълумки узоқ йиллардан буён, республикамиз матбуоти газетчилик, журналчиликнинг кенг тармоғига эга, ўзбек радиоси ва телевидениеси мустақиллик йилларида янада такомиллаштирилиб, тобора таракқий топа бошлади. Улар қаторига интернет кўшилиши билан оммавий ахборот воситалари кўпгина қулайликларга эга бўлди.

Оммавий ахборот воситаларининг ўзига хос туридир. Унда ижтимоий информациянинг маданий-маънавий, спорт ва бошқа турлари ўрин олади. Фойдаланувчи ўзига керакли информацияларни излаш ва осонгина топиш мумкин. Бу интернетда ахборотнинг ниҳоятда кўплигидан далолат беради. Қолаверса, интернетда ахборот электрон тармоқ орқали тезлик билан тарқала олиши жиҳатидан ниҳоятда тезкордир.

XXI аср мўъжизаси мисли кўрилмаган имконият ва қулайликларни бердики, бугун биз бутун дунё билан бевосита боғланишимиз, ён-атрофда, узоқ-яқинда юз бераётган воқеа-ҳодисалардан, илм-фан, адабий-санъат, спорт ва бошқа соҳалардаги янгиликлардан хабардор бўла оламиз. Шундай қилиб, интернет – оммавий ахборот воситаларининг алоҳида, электрон техникага [асосланган бир тури сифатида](#), у турли мавзулардаги информацияларни йиғади ва уларни компьютерлар тармоғи орқали тарқатади. Интернет оммавий ахборот воситаси сифатида қатор жиҳатлари билан бошқа турлардан ажралиб туради.

Энг аввало, тармоқнинг глобал миқёсга эга экани билан газета, журнал, радио, телевидениедан фарқ қилади. Интернетдаги ахборотни дунёнинг исталган бурчагидан туриб кузатиш мумкин. Бунинг учун белгиланган соатни кутиш, маълум бир жойда бўлиш шарт эмас. Қўл телефонлари орқали ҳам интернетга уланиш мумкинлиги вақт, жой каби масалалар билан боғлиқ муаммоларни ҳал қилади. Маълумотларни узатишдаги тезкорликни ҳам эътибордан четда қолдирмаслик зарур. Негаки, радио ва телевидение, ўз дастурларини белгиланган соатларда, газета, журналлар эса кунлик, ҳафталик, ойлик экани билан ахборотни узатишда интернетдан кечикади. Интернет воқеа-ҳодисаларни санокли дақиқаларда ўзида акс этира олади. Бунда журналист маҳорати муҳим саналади албатта. Бундан ташқари иш жараёнининг марказлаштирилгани, ҳамма учун очиқлигини ҳам айтиб ўтиш керакки, бу жиҳатлар иш самарадорлигини таъминловчи муҳим омиллардан биридир. Унинг иқтисодий жиҳатдан қулайлиги эса интернетдан фойдаланувчилар сонининг йилдан-йила ортиб боришига сабаб бўлмоқда.

Интернет оммавий ахборот воситалари сингари ижтимоий ҳаётни акс эттиради, уни билади, тадқиқ қилади ва унга қайтадан таъсир кўрсатади. Бинобарин, интернет ҳам анъанавий ва янги омиллар асосида иш кўради. Ҳаётни тасвирлаш орқали хабар етказиб [берувчи интернет газета](#), журнал, радио, телевидениедан серкўламлилиги, серқамровлиги, тезкорлиги билан ажралиб туради. Интернет учун матбуотнинг бош тамойиллари муҳим аҳамият касб этади.

Интернет фаолияти учун зарур бўлган энг муҳим принциплардан бири тезкорликдир. Айнан ана шу принципи билан ҳам бошқа ОАВдан кескин фарқ қилади. Шу билан бирга имкон қадар ҳаққонийлик тамойилига ҳам амал қилади. Бутун дунёга содир бўлган воқеалар, инсоният ҳаёти ҳақида янгиликлар ва бошқа маълумотларни фақат ҳаққоний, текширилган, тўғри маълумотлар етказиши шарт. Акс ҳолда у ўз функциясини бажара олмай инқирозга учрайди. Интернет шу тамойилларга тўла амал қилганидагина у оммавий бўлади, кўпчиликка манзур бўлади.¹

Шуни ҳам айтиш жоизки, интернет жуда катта кўламда ахборот етказиб берар экан, бунда у умуминсонийлик принципига амал қилмоғи зарур. Шунда интернет – оммавий ахборот воситаси сифатида хабарни холис, партиявийлик, синфийлик, маълум ғоявий қарашлардан ҳоли бўлиб етказиши ва иш юрита олади. Бироқ, интернетда айрим бир ёқлама, олди-қочди, унча тўғри бўлмаган [хабарлар](#), беҳаё суратлар ва матнлар ҳам берилиши журналистиканинг қоидаларига зиддир. Бу эса интернетнинг аҳолига зарур хабарларни етказиб беришдек масъулиятли функциясини бажаришда монелик қилиш шубҳасиз. Интернет оммавий ахборот воситаси экан, демак, унда жамоатчилик фикри муҳимдир. У жамоатчилик фикрини ўрганади, керак бўлса, шунга асосан иш кўради, шу орқали хато ва камчиликларини тузатиб боради. Интернет ўз фаолиятида барча жанрлардан кенг фойдаланади. Унда хабар, ҳисобот, суҳбат, интервью, мақола, репортаж кабилар доимий учрайди. Лавҳа, эссе, очерк, фельетон, бадий публицистика

жанрлари ҳам сўнги йилларда бошқа жанрлар каби мустахкам ўрин эгалламоқда.

Ўтган асрнинг 60-йилларида кашф этилган ушбу қурилма, шунингдек, ундан кейин пайдо бўлган интернет айна пайтда дунё ахборот базасининг 90 фоизини ўзида жамлаган.

Аслида, интернет ҳақида ёзиш, уни тушуниш ва тушунтириш учун каттагина китоб ҳам камлик қилади. Негаки, унинг ташқи чегараси йўқ, ички хусусиятлари ўзига хос ва жуда кўп. Шундан бўлса керак, интернетнинг оммалашшига тўрт йилгини кифоя қилди. Ваҳоланки, радио 38, телевидение 13 йил, кабел ТВ 10 йил давомида ўз мавқеига эга бўлган эди. Интернетнинг яратилиш тарихи яқин ўтмишга бориб тақалади.

Пайдо бўлганига 20 йилгина бўлган World Wide Web – ўргимчак тўрининг ўзига хослиги ва ютуғи шундаки, у қисқа фурсатда ўз ўрнини эгаллай олди. Унинг асосий вазифаси маълумотларни бир ерда тўплашгина эмас, энг авалло тезкорликдир. Айнан ўша тезкорлик интернетнинг оммавий ахборот воситалари қаторига кўшилишига ва ўз сафдошларидан ўзиб кетишига туртки бўлди. Шундай бўлса-да, интернет нафақат қисқа муддатда ахборот олиш, балки исталган катта-кичик асарларнинг керакли бетини топиш, шунга тегишли манбааларни кўриб чиқиш имконини берди. Бу вазифани бажаришга Douglas Engelbart, Ted Nelson ва Tim Berners-Li каби олимларнинг «gipersilka» ғоялари асос бўлди.

Internet Explorer - 1990- йиллардан бошлаб Windows платформасининг барчасига ўрнатилиб келган стандарт браузер ҳисобланади. Унинг асосчиларидан бири ахборот коммуникация соҳасида энг муваффақиятли бизнес бошлаган мултимиллиадер - тадбиркор Bill Geytsдир. Бу инсон интернетнинг имкониятларидан бохабар бўлиб, унинг ишлашини тобора чуқурроқ ўргангани сайин ўз инвестицияларининг кўп қисмини интернетнинг ривожига кирита бошлади. Машҳур мовий рангдаги «е» ҳарфи билан ифодаланувчи браузер айнан унинг ҳаракатлари натижаси бўлиб, 1998-йилдан 2009-йилгача Microsoft компанияси «Internet Explorer»ни ҳар бир компьютерга ўрнатилган Windows операцион тизимига Интернетни акс эттирувчи разм сифатида кирита бошлади.¹

«Internet Explorer»дан кейин яна кўплаб браузерлар пайдо бўлди. Улар Internet Explorer учун айтишга арзигулик рақиб бўлиб, ўзининг имкониятлари билан ундан ўзиб кетди. Масалан, Google Chrome, Opera, Firefox, Safari ана шундай браузерлардан жумласидандир.

Назорат саволлари:

1. Ахборотнинг инсонга йўналтирилган усули деганда нимани тушунаси?
2. Конвергент журналистика деганда нимани тушунаси?
3. Ахборотнинг медиага йўналтирилган усули деганда нимани тушунаси?
4. Медиамаданият нима?
5. Гиперматн деганда нимани тушунаси?

6. Анимация деганда нимани тушунасиз?
7. Мультимедиа деганда нимани тушунасиз?
8. World Wide Web – ўргимчак тўри пайдо бўлганига неча йилдан ошди?

Фойдаланилган адабиётлар:

I. Методологик адабиётлар

1. Мирзиёев Ш.М. Халқимизнинг розилиги бизнинг фаолиятимизга берилган энг олий баҳодир. 2-жилд. –Т.: Ўзбекистон, 2017. – 508 б.
2. Рашидова Д.К. Интернет как источник журналистской информации. – Т.: Университет. 1999 г.
3. Дадахонов А. Онлайн журналистика тараққиётининг асосий тенденциялари. Маъруза матни.
4. Мадраҳимова Ф. Медиамаданият ва медиасаводхонликни шакллантириш давр талаби. <http://uza.uz>
5. Қосимова Н. Интернет журналистиканинг технологик асослари. «Маҳорат мактаблари» учун қўлланма. –Т.: 1912 й.

5-мавзу. Миллий интернет нашрларимизда лонгрид ёки сторителлинг технологиялари. (2 соат).

5.1. Миллий интернет нашрларимизда лонгрид ёки сторителлинг технологиялари.

5.2. Digital Storytelling.

5.3. Журналистикада сторителлинг.

Миллий интернет нашрларимизда лонгрид ёки сторителлинг технологиялари.

Бугунги кунда журналистиканинг тури ва йўналиши кўп. Бевосита иқлим ўзгариши ҳақида материал тайёрлашда журналист кўплаб рақамлар, статистик маълумотларга мурожаат этиши зарур. Албатта унга маълумотлар, яъни дата журналистика йўналишидаги мавжуд билимлари ёрдам беради. Бу атама инглиз тилидаги data journalism сўзидан олинган. Мазкур йўналишнинг асосида маълумотларни қайта ишлаш, уларни визуаллаштириш ва журналистик материални яратишда фойдаланиш тушунилади. Хўш, дата журналистиканинг оддий журналистикадан фарқи нимада ва иқлим ўзгариши борасида материал тайёрлашда ундан қай тарзда фойдаланиш мумкин? Анъанавий журналистика асосида ҳам маълумотлар журналистикаси сингари факт ва далиллар ётади. Бугун ахборот шиддат билан айланаётган ва айнан ахборот ҳаётимиз мазмунига айланиб улгурган бир пайтда оддий маълумотларни асл ҳолатида ёзма ахборот тарзда узатиш ўз самарасини бермай қолди. Вақт тиғиз, маълумот, ахборот эса жуда ҳам кўп. Уни ўқиб, тушуниб етишга на имкон, на вақт етарли. Маълумотлар журналистикаси эса жуда катта ҳажмдаги ахборотни визуал тақдим этади. Шунинг учун ҳам у информатика, дизайн, статистика каби соҳалар билан чамбарчас боғлиқ. Аслида журналистиканинг ушбу йўналиши кеча пайдо бўлгани йўқ. Унинг тарихи 19 асрга бориб тақалади. Маълумотлар журналистикаси сифатида эътироф этилган биринчи материал 1821 йили Британиянинг “The Guardian” газетаси томонидан ўтказилган тадқиқот натижалари эди⁵⁷. Унда Англиянинг турли хил худудларида фаолият юритаётган олий таълим муассасаларида таълим бериш нархлари, тўлов орқали ва бепул ўқиётган талабалар сони таҳлил этилганди. Мақола муаллифлари жадвал шаклида ҳар бир олий таълим муассасасида ўқиш, яшаш нархларини солиштирма тарзда кўрсата олганликлари ⁵⁷ Хакатон по журналистике данных. <http://www.datadrivenjournalism.ru/2016/06/ddj-hack> учун мақола ижобий тақризларга эга бўлиб, уларда “илк маротаба журналистик амалиётда ўқувчилар аудиторияси учун ошқора барча маълумотлар келтирилган”лиги қайд этилди. 1858 йили биринчи аслзодалардан чиққан тиббиёт ҳамшираси Флоренс Найтингейл Британия армиясининг йиллик йўқотишлари ва ҳолатини таҳлилига бағишланган тадқиқот ўтказди⁵⁸. 54 бетдан иборат материалда муаллиф турли хил жадвал ва диаграммалардан фойдаланди. Найтингейл тадқиқоти шунингдек ўзига хос журналист текшируви бўлиб, унинг натижаларига кўра тинчлик пайтида армиядаги зобитлар ўртасида

Ўлим, тинч аҳоли ўртасидаги ўлимдан кўра икки баробар кўплиги аниқланди. Маълумотлар журналистикасининг замонавий кўринишдаги ҳолати эса 1952 йилда вужудга келди. Унда илк маротаба журналист фаолиятида компьютердан фойдаланилган эди. CBS телеканали президент сайловларининг умумий натижалари ва ҳар бир номзод тўплаган овозларни таҳлил этиш учун UNIVAC I компаниясидан компьютерни ижарага олган эди⁵⁹. Ўтган асрнинг 60-йиллари охирларида журналистикада компьютердан кенг фойдалана бошланди. 1990 йилларда Стив Дойг ўзининг “Нимадир нотўғри бўлди” сарлавҳали материалда эса иқлим ўзгариши ва “Эндрю” бўрони оқибатида АҚШга етказилган талофатни таҳлил этади⁶⁰. Журналистлар маълумотларни тушунарли, ёрқин ва инфографика сифатида тақдим этганликлари учун турли хил мукофотларга сазовор бўлишган. 1989 йили АҚШнинг “The Atlanta Journal-Constitution” газетаси компьютерда қайта ишланган маълумотлардан фойдаланган қатор репортажлари учун Пулитцер мукофотига сазовор бўлган. Шу йили Миссури университети қошидаги Журналистика мактабида илк Компьютер журналистикаси миллий институти очилади ва 1990 йили маълумотлар журналистикасига бағишланган илк конференциясини ўтказди. Мазкур анжуман ҳар йили ташкил этилиб, унда бутун дунёда айнан маълумотлар журналистикаси йўналишида фаолият юритаётган ОАВ вакиллари қатнашадилар. Маълумотлар ёки дата журналистика ўз номини 2010 йилда Амстердамда ўтказилган конференция чоғида олди ва бугунги кунда у тезкорлик билан ривожланмоқда. Маълумотлар журналистикаси билан шуғулланадиган биринчи ОАВ сифатида “The Guardian” газетасини тилга олиш мумкин. 2009 йили Datablog бўлимини ташкил этиб, унда чоп этилаётган материалларнинг барчаси маълумотларни қайта ишлаш орқали берилади. 2012 йили Global Editors Network жамияти маълумотлар журналистикаси соҳасида— Data Journalism Awards мукофотини таъсис этди⁶¹. Шундан буён ҳар йили мазкур соҳада маълумотларни энг яхши визуаллаштириш, энг яхши журналистик текшируви, энг яхши шахсий портфолио, ОАВнинг энг яхши сайти ва бошқа номинацияларда мукофотлар ўз эгаларига топширилади. Юртимизда маълумотлар журналистикаси эндигина тетапоя бўлмоқда. 2015 йили <http://data.gov.uz> сайти иш бошлади. Унда илгари ОАВ вакиллари учун ёпиқ бўлган турли хил йўналишдаги рақамлар, статистик маълумотлар тўпланган. Улар ўз нашрлари, ОАВ сайтларида бевосита бирор мавзу юзасидан маълумотларни таҳлил этган ҳолда визуаллаштирилган, яъни камроқ матн ишлатиб, инфографика, видеорепортаж ва интерактив хариталар ёрдамида материалларни ўз ўқувчиларига тақдим этишларининг вақти етди. Дата журналистикаси ўз ичига бир неча йўналишларни олиб, уларнинг барчаси бевосита иқлим ўзгариши мавзусида журналистик материал тайёрлашда қўл келади. Шундан бири лонгридлардир. Лонгридлар – дата журналистиканинг ажралмас қисми сифатида бугунги кунда тан олинган йўналишлардан бири. Мазкур ахборот узатиш технологияси иқлим ўзгариши билан боғлиқ масалаларни ёритишнинг энг қулай ва таъсирчан шаклларида биридир. 58 Биография Флоренс Найтингейл. http://www.sisterflo.ru/flo/biography_flo.php

59 http://moscow.pink/univac_4563334.html 60 Журналистика данных в перспективе. http://ria.ru/files/book/_site/ 61 <https://salaries.texastribune.org/> Лонгрид (инг. “long read” – узок ўқиш) – бу ҳажмли ахборотни интернетда узатишнинг қулай усули. Маълумки, катта матнларни ўқишга бугунги кунда ҳеч кимнинг вақти йўқ. Лонгрид эса ўз ичига матн билан биргаликда айнан шу мавзудаги видеоролик, инфографика, такдимот, фон берувчи мусиқа, суратлар, иқтибосларни олган мажмуавий материалдир. Уларнинг барчаси ўзаро боғлиқ бўлиб, бир бирини тўлдириб туради. Лонгридда мантикий боғлиқлик, қисмларининг (видео, аудио, инфографика ва ҳоказо) уйғунлиги – иллюстратив қатор, шрифт, рангларнинг ҳажми ва сонининг бир хиллиги муҳим. Лонгрид бир бутун ҳикоя сифатида қабул қилиниши лозим. Яъни, сизнинг материалингизни очган фойдаланувчи ёритилаётган мавзунинг ичига кириши лозим. Лонгриднинг яна бир хусусияти ахборотни хилма хил тарзда намойиш этиш билан биргаликда, кўтарилаётган масалани ҳар томонлама таҳлил этишдир. Бу ҳақиқий янги кўринишдаги таҳлилий материалдир. Лонгрид муаллифининг мақсади – глобал иқлим ўзгариши ҳақида умумий тушунча бериш билан биргаликда, фойдаланувчи ҳудудида бевосита ҳаво исиши, ифлосланиши, унинг оқибатлари, аҳолининг мослашуви хусусида қизиқарли ҳикоя қилиш, бир хил тарзда чайналган, аммо долзарб мавзунинг мутлақо ўзгача нуқтаи назардан узатишдир. Бугунги кунда лонгридларнинг бир неча турини ажратиш мумкин: Репортаж. Репортаж ўзининг белгилари билан ахборот жанрларнинг барчасига (ахборот бериш, ҳикоя қилиш, тўғри нутқ, бўёқли чекиниш, персонажларни таснифлаш, тарихий чекиниш ва бошқалар) мос келади. Репортаж жанрига қуйидагича таъриф бериш мумкин. Репортаж — журналистиканинг муҳим жанрларидан бири ҳисобланиб, содир бўлган муайян воқеа, ҳодиса, вазият, жараённинг бевосита журналист иштироки ва кузатуви орқали тасвирлаб бериш, оммани шу воқеликдан кенгроқ хабардор қилишдир. Репортажнинг предмети — содир бўлган воқеа-ҳодисадир. Репортажнинг асосий хусусияти воқеа, ҳодиса, жараён, вазиятни репортёрнинг шахсан иштирокида аниқлик, ҳужжатлилик, воқеликни қандай бўлса, шундайлигича ёритилиши билан белгиланади.

Digital Storytelling.

Репортажнинг методлари информацион жанрларга тааллуқли (маълумотларни йиғиш, кузатиш, фактларни қиёслаш, таҳлил, саволлар бериш, қисқа диалог, иштирокчилар гувоҳлигида содир бўлган воқеа ривожини баён қилиш каби) барча усуллар киради. Бу усулларнинг ичида кузатиш услуби етакчилик қилади. Репортажнинг турлари. Репортаж воқеликнинг ривожини ва унинг натижаларини кетма-кетликда ҳикоя қилиниши, содир бўлган ҳодисанинг долзарблиги, жамият учун қанчалик аҳамиятга моликлиги, мавзунинг ранг-баранглигига қараб воқеабанд, мавзули ва муаммоли турларга бўлинади⁶². Репортажли лонгрид тайёрлашда жанр хусусиятларидан фарқли ўлароқ, муаллиф “мен”ига урғу бермаслиги лозим. Чунки муаллиф воқеа қаҳрамони эмас, балки ҳикоя қилувчи холос. Унинг асосий вазифаси кўрганларини шундай тасвирлаб бериши керакки, ўқувчи

уларни ўз кўзи билан кўргандек ҳис қилиши лозим. 2.Реконструктор. Бундай материал маълум бир воқеяликни қайта қуриш, глобал иқлим ўзгариш билан боғлиқ мавзуларни таҳлил этиш, унинг сабаблари ва оқибатларини аниқлашдан иборат. Лонгриднинг бу турида фон мусиқаси, видеоқўшимчалар муҳим роль ўйнаб, материал ўқувчисининг кайфиятини шакллантиради. 3.Портретлар (people stories). Мазкур турга интервьюлар, очерклар, биографик лавҳалар киради. Мазкур турдаги лонгриднинг асосий вазифаси глобал иқлим ўзгаришидан жабрланган қаҳрамонни кўратиш, муаммо оқибатларига мослашаётган шахснинг ҳаётий тамойиллари, масалага қарашларини таҳлил этиб беришдан иборат. Бундай материалнинг асосий жиҳатларидан бири юқори сифатли, бир бирига мантқан боғлиқ бўлган иллюстратив қаторнинг мавжудлигидир. Хуш, лонгрид қандай яратилади? Агарда сиз эндигина журналистика соҳасига қадам қўяётган бўлсангиз, лонгрид сиз учун эмас. Чунки унинг матни оддий журналистик 62 Н.Қосимова ва бошқ. Босма ОАВ таҳририятлари учун ўқув қўлланма. Т., 2008., 35 б. матндан биров фарқ қилади. Матн ўз таркиби бўйича мураккабдир. Агарда матнинг бошида мақола сингари лид бўлса, унинг давоми бевосита аудио ёки видео лавҳа ёхуд интервью билан давом этади. Кейинги қисмда матн видеолавҳанинг узлуксиз давоми бўлиши лозим. Факт ва далиллар таҳлили, статистик маълумотларнинг кўплиги, қаҳрамонларнинг видеоинтервьюси ва ҳоказо. Демак, сиз лонгрид тайёрлашга аҳд қилдингиз. Материални тайёрлашдан олдин мавзунини яхшилаб ўрганинг. Танлаган бир неча қаҳрамонларнинг мавзу юзасидан фикрини ўрганинг. Иложи борича бир бирига қарама қарши фикрларни ймғишга ҳаракат қилинг. Турли ахборот манбаларидан фойдаланинг. Лонгрид фақатгина қизиқарли фактлар, ёрқин иқтибослар, мавзу юзасидан илгари маълум бўлмаган деталлар билан бойисагина қизиқ бўлади. Матнни ёзишдан олдин мақсадни аниқлаб олинг. Глобал иқлим ўзгариши умумий мавзу бўлса, унинг атроф-муҳитга, аҳоли соғлиғига салбий таъсири, ҳудудда юз бераётган ўзгаришлар ва ҳоказолар асосий мавзулар бўлиши мумкин. Айнан сизни қайси мавзу қизиқтираётганини аниқланг. Материал ғоясидан сўнг унинг кўриниши юзасидан режа тузиб олинг, яъни унинг умумий кўриниши қандай бўлади, материалнинг таркибий қисмларни тайёрлашга киришинг. Замонавий журналист мультимедиа технологиялардан хабардор бўлиши муҳим.

Журналистикада сторителлинг.

Лонгрид учун материал тайёрлашда мобил қурилма ҳамда монтаж дастури юкланган ноутбукданлардан фойдаланиш кифоя. Бунда сиз энг оддий Windows Movie Maker 2012 ёки Kate's Video Toolkit63 видеодастурларидан фойдаланишингиз мумкин. Windows Movie Maker 2012 дастуридан фойдаланиш жуда ҳам осон. Видеотасвирларнинг дастур ойнасига тортиб киритиш кифоя, улар дарҳол сиз киритган тартибда бир чизиққа тизилади. Тасвирдан тасвирга ўтиш, махсус эффектлардан фойдаланиш клик орқали амалга оширилади. Шунингдек дастур орқали

видеолавҳангизга титрлар ёзиш, музика қўйиш мумкин. Олинган натижани ягона видеофайл сифатида сақлашингиз ёки танлаган сайтингизга дарҳол юклашингиз мумкин. Kate's Video Toolkit64 видеодастури қўшимча равишда видеони таҳрир қилиш имкониятини ҳам беради. Сиз ўз видеолавҳангиздан ортиқча нарсаларни олиб ташлашингиз ёки етишмаётганини қўшишингиз мумкин. Шунингдек видеони турли форматларга конвертация қилиш имконияти ҳам мавжуд. Ягона камчилиги, дастур ойнасини бутун экранга катталаштира олмайсиз. Қолганида эса мазкур дастур ўзининг соддалиги билан кўплаб мухлисларига эга. Лонгриднинг яна бир асосий қисми инфографикадир. Инфографика -лотинча informatio —баён қилиш, хабар бериш; юнон тилидаги γράφικός — ёзма, ва γράφω — ёзаяпман сўзларидан олинган бўлиб, маълумотлар, билим ва ахборотни графика кўринишда узатиш демакдир. Инфографика нафақат катта ҳажмдаги ахборотни узатиш, балки предметлар ва фактларнинг вақт ва макон бирлигидаги мувофиқлиги ва фарқини кўрсатиш имконига ҳам эга. Биринчи бўлиб журналистикада матн ва графика орқали ахборот узатишдан 1982 йили “USA Today” газетасининг муҳаррирлари фойдалана бошлашди. Қисқа муддат ичида газетанинг адади ўсиб, аудиторияси кенгайди. Америкалик ўқувчилар тез орада инфографиканинг афзаллигини тушуниб етишди. Инфографика газета саҳифасида камроқ жой эгаллаб, ахборотни матнга нисбатан тезроқ узатар эди. Фотосуратдан фарқли равишда инфографика тезис шаклдаги шарҳларни ҳам ўз ичига жамланиши билан бошқа ахборотлардан фарқ қиларди. Тезкор, долзарб фактларга, рақамларга қизиқиш, одамларда кичик ҳажмдаги катта ахборотни қабул қилишга интилишининг кучайиши натижасида инфографика ахборот узатишда биринчи ўринларга чиқмоқда. Ҳозирги замонда инфографика диаграмма ва графикаларда соатлаб чизилиб эмас, балки зарур фактларни кенг миқёсда кўрсатиш учун қулай ва осон бўлган усул - диаграмма

63

https://www.overclockers.ru/softnews/52650/Miniobzory_semi_luchshih_besplatnyh_programm_dlya_redaktirovaniya_video.html 64 Ўша ерда. кўрсаткичларини интерактив равишда бошқариш имкони бўлган интерфейсларда яратилади. Улардан бири Flash технология бўлиб, у чиройли, интерактив кўринишга эга бўлган, имкониятлари кенг интернет иловаларни яратиш учун кросс-браузер платформа сифатида асос бўлиб хизмат қилади. Аммо мазкур технология ҳам қисқа вақт ичида эскириб, унинг ўрнига шиддат билан уяли алоқа қурилмаларида ҳам инфографикани турли усулда яратиш имкони бўлган canvas ва SVG технологиялар кириб келмоқда.

IV. АМАЛИЙ МАШҒУЛОТ МАТЕРИАЛЛАРИ

1-амалий машғулот:

1-амалий машғулот. Canva.com янги визуал жанр сифатида. (2 соат).

Ишдан мақсад: Вертуал медиамаконда турли маданиятлар вакилларининг самарали, нозиддиятли ҳамкорлигини ўрганиш. Вертуал медиамаконда контент воситасида образ ва ташунчаларнинг интерференцияси. “Юмшоқ куч” тушунчаси таҳлилини ўрганиш. Он-лайн журналистиканинг янги медиаформатлари типологияси ва хусусиятларини таҳлил қилиш.

Масаланинг қўйилиши: Тингловчи амалий машғулотда келтирилган вазифаларни бажариши, таҳлил қилиши лозим.

1–вазифа. Тегишли Интернет сайтлари орқали вертуал медиамаконда турли маданиятлар вакилларининг самарали, нозиддиятли ҳамкорлигини таҳлил қилинг. Турли маданиятлар ва қарашларни бирин-кетин ёзиб чиқинг. Мана шу қилган ишингизни натижалари юзасидан ўз фикрингизни баён қилинг.

2–вазифа. Вертуал медиамаконда контент воситасида образ ва ташунчаларнинг интерференциясини таҳлил этган ҳолда ўз фикрингизни баён қилинг.

3–вазифа. Интернет сайтларида ёритилган “Юмшоқ куч” мавзусидаги мақолаларни таҳлилини баён қилинг ва уларнинг фарқли томонларини кўсатиб беринг.

4–вазифа. Интернет сайтларида ёритилаётган мақолаларни таҳлил қилинг. Бунда он-лайн журналистиканинг янги медиаформатлари типологияси ва хусусиятларини таҳлил қилинг ва мулоҳазаларингизни баён қилинг.

5–вазифа. Миллий сайтларда мавзуга оид материалларни қиёсий таҳлил қилинг.

6-вазифа. Миллий сайтларда он-лайн тарзда хабарлар ёзиб тарқатишни машқ қилиш ва хулосаларини баён этиш маҳоратини кўрсатинг.

Тавсия қилинадиган адабиётлар:

I. Методологик адабиётлар

1. Рашидова Д.К. Интернет как источник журналистской информации. – Т.: Университет. 1999 г.

2. Мадраҳимова Ф. Медиамаданият ва медиасаводхонликни шакллантириш давр талаби. <http://uza.uz>

3. Қосимова Н. Интернет журналистиканинг технологик асослари. «Маҳорат мактаблари» учун қўлланма. –Т.: 1912 й.

4. Paul Kim. Massive Open Online Courses: The MOOC Revolution. Routledge; 1 edition 2014. - 176 pp.

2-амалий машғулот:

2-амалий машғулот. Фейк хабарлар ва фотолар тушунчаси (2 соат).

Ишдан мақсад: Он-лайн муҳитда аудитория ва муаллиф муносабатлари. Турли форматдаги интернет ахборотининг аудитория томонидан қабул қилинишини ўзлаштириш. Полимаданий ахборот макони ҳамда “ахборот хуруж”лари шароитида Он-лайн материалларни узатиш ва унинг ахлоқий жиҳатлари. Тармоқдаги оммавий коммуникация воситалари ривожланишига доир футурологик концепциялар мазмуни ва уларнинг жамиятга таъсири. Тармоқ коммуникациялари тараққиётидаги замонавий тенденциялар. Он-лайн журналистикада тил воситаларидан унумли фойдаланишни ўзлаштириш. Он-лайн оммавий коммуникация воситалари учун материал тайёрлашнинг янги услуб ва методикалари ўзлаштириш.

Масаланинг қўйилиши: Тингловчи амалий машғулотда келтирилган вазифаларни бажариши, таҳлил қилиши лозим.

1–вазифа. Интернет сайтлари орқали Он-лайн муҳитда аудитория ва муаллиф муносабатларини ўрганиб таҳлил қилинг.

2–вазифа. Турли форматдаги интернет ахборотининг аудитория томонидан қабул қилинишини ўзлаштирган ҳолда ўз фикрингизни баён қилинг.

3–вазифа. Полимаданий ахборот макони ҳамда “ахборот хуруж”лари шароитида Он-лайн материалларни узатиш ва унинг ахлоқий жиҳатларига оид мақолаларни таҳлил қилинг.

4–вазифа. Тармоқдаги оммавий коммуникация воситалари ривожланишига доир футурологик концепциялар мазмуни ва уларнинг жамиятга таъсири таҳлил қилинг ва мулоҳазаларингизни баён қилинг.

5–вазифа. Тармоқ коммуникациялари тараққиётидаги замонавий тенденциялар қиёсий таҳлил қилинг.

6–вазифа. Он-лайн журналистикада тил воситаларидан унумли фойдаланишни ўзлаштиришга оид фикрларингизни баён қилинг ва ушбу мавзуда ёритилган мақолаларни қиёсий таҳлил қилинг.

7–вазифа. Он-лайн оммавий коммуникация воситалари учун материал тайёрлашнинг янги услуб ва методикалари ўзлаштириш маҳоратини кўрсатинг.

8–вазифа. Муҳим мавзуда хабарлар ёзинг ва Он-лайн тарзда ёритиш маҳоратини кўрсатинг ҳамда шундай мавзудаги мақолаларни қиёсий таҳлил қилинг.

Тавсия қилинадиган адабиётлар:

1. Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества. Толковый словарь терминов и концепций. –М.: Изд. МГУ, 1999.

2. Зиновкина М.М. Педагогическое творчество / Модульно-кодированное учебное пособие. –М.: МГИУБ 2007.

3. Калмыков А.А., Коханова Л.А., Интернет-журналистика, –М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005.

4. Лукина М.М., Фомичева И.Д., СМИ в пространстве Интернета. –М.: МГУ, 2005.
5. Рашидова Д.К. Интернет как источник журналистской информации. – Т.: Университет. 1999 г.
6. Дадахонов А. Онлайн журналистика тараққиётининг асосий тенденциялари. Маъруза матни.
7. Тожиалиев Д. Ўзбекистонда интернет журналистика. “Хуррият” газетаси, 2018 йил, 21 февраль.
8. Асранова С. Ахборот хуружларидан огоҳ бўлайлик. Маъруза матни.
9. Мадраҳимова Ф. Медиамаданият ва медиасаводхонликни шакллантириш давр талаби. <http://uza.uz>
10. Қосимова Н. Интернет журналистиканинг технологик асослари. «Маҳорат мактаблари» учун қўлланма. –Т.: 1912 й.

3-амалий машғулот:

3-амалий машғулот. Ижтимоий тармоқлар ва уларнинг таснифи. (2 соат).

Ишдан мақсад: Аудиториянинг ҳамиштирокчилигини амалда бажариш. Ижтимоий йўналтирилган журналистика. Журналистика тараққиётидаги адаптив йўналишлар. Ижтимоий тармоқлар – маданиятлараро диалог муҳити сифатида ҳақида таҳлилий фикрлаш ва ижодий ёндашув масалаларини амалда кўриб таҳлил қилиш.

Масаланинг қўйилиши: Тингловчи амалий машғулотда келтирилган вазифаларни бажариши, таҳлил қилиши лозим.

1–вазифа. Интернет сайтларида аудиториянинг ҳамиштирокчилигини амалда бажариш маҳоратини ўрганиб, унинг ўзига хос жиҳатларини таҳлил қилинг.

2–вазифа. Ижтимоий йўналтирилган журналистика масалаларини интернет сайтларида ёритилаётган мақолалар, хабарлар мисолида таҳлил қилган ҳолда ўз фикрингизни баён қилинг.

3–вазифа. Журналистика тараққиётидаги адаптив йўналишларнинг ўрнини баҳолаб, таҳлил қилинг.

4–вазифа. Ижтимоий тармоқлар – маданиятлараро диалог муҳити сифатида ўрганиб, у ҳақида таҳлилий фикрлаш ва ижодий ёндашув масалаларини амалда кўриб таҳлил қилинг ва мулоҳазаларингизни баён этинг.

5–вазифа. Мавзуга оид мақолаларни қиёсий таҳлил қилинг.

Тавсия қилинадиган адабиётлар:

1. Калмыков А.А., Коханова Л.А., Интернет-журналистика, –М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005.
2. Лукина М.М., Фомичева И.Д., СМИ в пространстве Интернета. –М.: МГУ, 2005.

3. Рашидова Д.К. Интернет как источник журналистской информации. – Т.: Университет. 1999 г.
4. Дадахонов А. Онлайн журналистика тараққийининг асосий тенденциялари. Маъруза матни.
5. Тожиалиев Д. Ўзбекистонда интернет журналистика. “Хуррият” газетаси, 2018 йил, 21 февраль.
6. Асранова С. Ахборот хуружларидан огоҳ бўлайлик. Маъруза матни.
7. Мадраҳимова Ф. Медиамаданият ва медиасаводхонликни шакллантириш давр талаби. <http://uza.uz>
8. Қосимова Н. Интернет журналистиканинг технологик асослари. «Маҳорат мактаблари» учун қўлланма. –Т.: 1912 й.

4-амалий машғулот. Оммавий коммуникация тизимида блогларнинг тутган ўрни (2 соат).

Ишдан мақсад: Аудиториянинг ҳамиштирокчилигини амалда бажариш. Ижтимоий йўналтирилган журналистика. Журналистика тараққиётидаги адаптив йўналишлар. Ижтимоий тармоқлар – маданиятлараро диалог муҳити сифатида ҳақида таҳлилий фикрлаш ва ижодий ёндашув масалаларини амалда кўриб таҳлил қилиш.

1–вазифа. Ижтимоий йўналтирилган журналистика масалаларини интернет сайтларида ёритилаётган мақолалар, хабарлар мисолида таҳлил қилган ҳолда ўз фикрингизни баён қилинг.

2–вазифа. Журналистика тараққиётидаги адаптив йўналишларнинг ўрнини баҳолаб, таҳлил қилинг.

3–вазифа. Ижтимоий тармоқлар – маданиятлараро диалог муҳити сифатида ўрганиб, у ҳақида таҳлилий фикрлаш ва ижодий ёндашув масалаларини амалда кўриб таҳлил қилинг ва мулоҳазаларингизни баён этинг.

4–вазифа. Мавзуга оид мақолаларни қиёсий таҳлил қилинг.

Тавсия қилинадиган адабиётлар:

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

2. Лукина М.М., Фомичева И.Д., СМИ в пространстве Интернета. –М.: МГУ, 2005.

3. Рашидова Д.К. Интернет как источник журналистской информации. – Т.: Университет. 1999 г.

4. Дадахонов А. Онлайн журналистика тараққиётининг асосий тенденциялари. Маъруза матни.

5. Тожиалиев Д. Ўзбекистонда интернет журналистика. “Ўзбекистон” газетаси, 2018 йил, 21 февраль.

6. Асранова С. Ахборот хуружларидан огоҳ бўлайлик. Маъруза матни.

7. Мадраҳимова Ф. Медиамаданият ва медиасаводхонликни шакллантириш давр талаби. <http://uza.uz>

8. Қосимова Н. Интернет журналистиканинг технологик асослари. «Маҳорат мактаблари» учун қўлланма. –Т.: 1912 й.

5-амалий машғулот. Журналист ва блоггер фаолиятининг хусусиятлари.

Ишдан мақсад: Аудиториянинг ҳамиштирокчилигини амалда бажариш. Ижтимоий йўналтирилган журналистика. Журналистика тараққиётидаги адаптив йўналишлар. Ижтимоий тармоқлар – маданиятлараро диалог муҳити сифатида ҳақида таҳлилий фикрлаш ва ижодий ёндашув масалаларини амалда кўриб таҳлил қилиш.

1-вазифа. Тармоқ коммуникациялари тараққиётидаги замонавий тенденциялар қиёсий таҳлил қилинг.

2-вазифа. Он-лайн журналистикада тил воситаларидан унумли фойдаланишни ўзлаштиришга оид фикрларингизни баён қилинг ва ушбу мавзуда ёритилган мақолаларни қиёсий таҳлил қилинг.

3-вазифа. Он-лайн оммавий коммуникация воситалари учун материал тайёрлашнинг янги услуб ва методикалари ўзлаштириш маҳоратини кўрсатинг.

4-вазифа. Муҳим мавзуда хабарлар ёзинг ва Он-лайн тарзда ёритиш маҳоратини кўрсатинг ҳамда шундай мавзудаги мақолаларни қиёсий таҳлил қилинг.

Тавсия қилинадиган адабиётлар:

1. Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества. Толковый словарь терминов и концепций. –М.: Изд. МГУ, 1999.

2. Зиновкина М.М. Педагогическое творчество / Модульно-кодированное учебное пособие. –М.: МГИУБ 2007.

3. Калмыков А.А., Коханова Л.А., Интернет-журналистика, –М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005.

4. Лукина М.М., Фомичева И.Д., СМИ в пространстве Интернета. –М.: МГУ, 2005.

5. Рашидова Д.К. Интернет как источник журналистской информации. – Т.: Университет. 1999 г.

6. Дадахонов А. Онлайн журналистика тараққиётининг асосий тенденциялари. Маъруза матни.

7. Тожиалиев Д. Ўзбекистонда интернет журналистика. “Хуррият” газетаси, 2018 йил, 21 февраль.

8. Асранова С. Ахборот хуружларидан огоҳ бўлайлик. Маъруза матни.

9. Мадраҳимова Ф. Медиамаданият ва медиасаводхонликни шакллантириш давр талаби. <http://uza.uz>

10. Қосимова Н. Интернет журналистиканинг технологик асослари. «Маҳорат мактаблари» учун қўлланма. –Т.: 1912 й.

V. ГЛОССАРИЙ

Анимация. Бу интернетда бир неча расмларнинг прогрессив тарзда ишлатилиши ва ҳаракатни келтириб чиқаришидир. Кўпгина сайтларда ундан маълумотлар лентасини алмашиб турувчи сураатлар орқали беришда кенг қўлланилади. «Айни пайтда интернетдаги 88 фоиз веб-саҳифаларда анимациялардан фойдаланилади».

Ахборот маданияти – ахборотлашган жамият фуқароларининг ахборот билан ишлаши ва уни компьютер ахборот технологиялари ёрдамида яратиш, қайта ишлаш ва узатиш қобилиятига айтилади.

Ахборот - бу энг охиридаги фойдаланувчи томонидан олинган тушунчалар ва фойдали деб баҳоланган янги маълумот.

Ахборот ресурслари - жамиятда махсус қўллаш учун инсонлар томонидан тайёрланган ва машина ташувчига ўрнатилган билимлар.

Ахборот потенциали – жамият ахборот ресурсларини қўллашга имкон берувчи воситалар, ускуналар ва шароитлар тўплами.

Ахборотлашган жамият – кўпчилик ишловчиларнинг ахборот, айниқса унинг олий шакли бўлмиш билимларни ишлаб чиқиш, сақлаш, қайта ишлаш ва амалга ошириш билан банд бўлган жамиятидир.

Ахборот маҳсулоти ва хизматлари – ахборот коммуникация технологиялари маҳсулоти бўлиб, уларнинг ахборот ресурсларида қўлланилиши жараёни оқибатида қандайдир янги ахборот ёки янги шаклдаги ахборот ҳосил қилинади.

Ахборот технологияси (АТ) – объект, жараён ёки ходисанинг ҳолати ҳақида янги сифат ахбороти олиш учун маълумотлар йиғиш, қайта ишлаш ва узатиш (бошланғич ахборот) восита ва услублари жамланмасидан фойдаланадиган жараён.

Ахборот ҳавфсизлиги – қимматли маълумотлар даражасига кириш руҳсатини ўзгартиришга, у ёки бу маълумотларни йўқотишга, кўринишини табиий ёки сунъий хусусиятларини ўзгартиришга қаратилган хатти-ҳаракатлардан ҳимояловчи ахборот тизими.

Ахборот фаолияти - тизимтик равишда алоҳида шахслар, шахслар груҳи, ташкилотлар томонидан амалга ошириладиган ва ахборотни йиғиш, ўзгартириш, сақлаш, қидириш ва тарқатиш жараёнларининг тўплами.

Амалий дастурий воситалар ва амалий дастурий қарорлар – ишлаб чиқариш ва бизнесни YU муҳим функцияларини амалга ошириш учун зарур бўлган, махсус масалаларни ечишга мўлжалланиб яратилган дастурлар.

Амалий дастурлар пакети (АДП) – бу муайян (функционал тизимости, бизнес - илова) синф вазибаларини ҳал этиш учун мўлжалланган дастурлар мажмуи.

Автоматлаштириш даражаси – иш жойида, бўлимда, корхонада ахборот технологиялари воситаларини қўллаш даражаси.

Автоматлаштирилган ахборот технологиялари – ахборот жараёнини амалга оширувчи дастурий – техник воситалар.

Ахборот – мантикий модел (АММ) - предмет соҳасини ва улар орасидаги боғланишларни ахборот объектлари (моҳиятлари) мажмуасига айтилади.

Ахборот маҳсулотлари ва хизматлари бозори – тижорат асосида маҳсулот ва хизматлар номенклатураси, уларни баҳоси, тақдим этиш механизми ва шартларини ахборот маҳсулотлари ва хизматларини сотишга нисбатан иқтисодий, ҳуқуқи ва ташкилий тизимлар.

Ахборот индустрияси – давлат органлари, юридик шахслар, жисмоний шахслар томонидан тадбиркорлик фаолияти йўналишида ахборот маҳсулотини ишлаб чиқариш.

Ахборот объекти - предмет соҳасини - реал объектни, жараённи, ҳодиса ёки намоён бўлишнинг қайсидир моҳиятини тасвирлашга айтилади. Ахборот объекти (моҳияти) объектнинг (моҳиятни) сифат ва миқдорий тавсифларини кўрсатиб берувчи мантикий ўзаро боғланган атрибутлар(хоссалар) тўплами кўринишида шаклланади.

Ахборот жиҳатлари - ахборотни урта асосий жиҳатдан кўриб чиқиш мумкин, яъни, прагматик, семантик ва синтаксис томонидан. Ахборотни айнан шу жиҳатдан кўриб чиқиш автоматлаштирилган ахборот тизимини лойиҳалаштиришда муҳим аҳамиятга эга. Прагматик жиҳат ахборотларнинг амалий жиҳатдан фойдалиги, истеъмолчи учун қанчалик қимматли эканлиги ва қарор қабул қилишдаги аҳамияти нуқтаи назаридан кўриб чиқади. Ахборотни прагматик ўрганиш бошқарувнинг турли даражаларида қарорлар қабул қилиш учун зарур бўлган кўрсаткичлар таркибини аниқлаш, кўрсаткичлар ва ҳужжатларнинг унификациялаштирилган тизимини ишлаб чиқиш имконини беради. Семантик жиҳат ахборотларни ўрганишда ахборотнинг моҳиятини очиш ва унинг элементларининг мазмунан аҳамияти ўртасидаги муносабатларни кўрсатиш имконини беради.

Ахборот захиралари – алоҳида ҳужжат ва алоҳида ҳужжат тўплами, ахборот тизимлари (кутубхона, архив, фонд, маълумотлар банклари, бошқа ахборот тизимлари) даги ҳужжатлар ва ҳужжатлар тўплами.

Ахборот – коммуникацион технологиялар – техник, дастурий, коммуникацион таъминот компонентлари ҳамда турли кўринишдаги техник, дастурий ва коммуникацион хизматларни ўз ичига олувчи маълумотларга ишлов беришнинг усул ва воситалари.

Аудио – Турли форматларда берилувчи аудио маълумотлар, кўпроқ интервью жанридаги материалларда фойдаланилади. Тезлиги юқори бўлмаган интернет провайдерларида аудио маълумотларни эшитиш бироз қийинчилик туғдиради. Унинг устунлиги шундаки, расм каби у ҳам таъсирчан далил бўлиши мумкин.

Видео – электрон нашрларда кенгроқ фойдаланилаётган мультимедиа воситаларидан бири. У ҳам хабар таъсирчанлиги ва ишонарлилигини оширишда қўл келади. Айниқса, бугунги кунда видеолавларни ҳаваскор видеоаппарат ёки уяли телефонда олиш имконияти видеоматериалларнинг ортиши ва уларга бўлган қизиқиш кучайишига сабаб бўлмоқда. Аммо видеолавлар киритилган саҳифани очиш ва юклаш қийинчилик туғдиради.

Географик ахборот тизимлари – шаҳар ва регионларда режалаштириш, назорат ва мониторинг жараёнларини таъминлашга мўлжалланган тизимлар.

Гиперматн – бошқа матнли ҳужжатларга йўл кўрсатувчи матндир. Бу эса бошқа матнли файлларга тезда ўтиш имконини беради. Гиперматнлар ёрдамида WWW (World Wide Web – бутунжаҳон ўргимчак тўри) ҳужжатларига яъни ҳалқаро кампьютер тармоғига кириш ва улардаги маълумотлар билан танишиш мумкин.

Дастурий интерфейс – ҳисоблаш тизими доирасида қурилма ва дастурлар ўзаро таъсирини таъминловчи воситалар йиғиндиси.

Дастлабки калит (ДК) - ёзувни маъно жиҳатидан бир хиллаштирувчи бир ёки бир неча майдонлар. Агар дастлабки калит бир майдондан иборат бўлса у оддий дейилади, агар бир неча майдонли бўлса – турли таркибли калит ҳисобланади.

Дастурий маҳсулотлар – тижорат сотуви, прокат, ижарага бериш, ёки дастурлар пакети лизинги учун махсус йиғилган ва тизимли ёки мустақил етказиб берувчилар томонидан тақдим этилган ҳужжатлаштирилган маҳсулотлар.

Ёзув - мантиқан боғланган реквизитларга мос келувчи майдонлар йиғиндисидир. Ёзувнинг тузилиши ўз таркибига кирувчи ҳар бир оддий маълумотга эга майдонлар таркиби ва кетма-кетлиги билан белгиланади.

Жадвал - реал олам ахборотини – моҳиятини акс эттиради, унинг ҳар бир сатри (ёзуви) эса объектнинг аниқ бир нусхасини – нусха моҳиятини акс эттиради. Жадвалнинг ҳар бир устуни ушбу жадвалда уникал номга эга. Жадвал камида бир устунга эга бўлиши керак.

Информатика– кампьютерлар ёрдами ва уларни қўллаш муҳити воситасида ахборотни янгилаш жараёнлари билан боғлиқ инсон фаолияти соҳаси.

Ишчи станциялар – муайян турдаги (график, муҳандислик, нашриёт ва бошқалар) ишларни бажаришга ихтисослаштирилган бир киши фойдаланадиган кудратли микро- ЭҲМ лар.

Иерархик моделлар - дарахтсимон структурали маълумотлар базаларини қуриш имкониятини беради. Уларнинг ҳар бир бўғими ўзининг маълумотлари турига (моҳиятига) эга.

Индексациялаш - калит билан файл ёзувларига киришнинг самарали воситаси индексациялашдир. Индексациялашда индексли қўшимча файл яратилади. У маълумотлар файли калитининг барча мазмунини тартиблаштириб ўзида сақлайди.

Информатика - Ахборот хусусиятларини ўрганиш, уни йиғиш, сақлаш, кидириш, қайта ишлаш, ўзгартириш ҳамда инсон фаолиятининг турли соҳаларида фойдаланиш ва тарқатиш билан шуғулланадиган фан иншактика, деб аталади.

«Интерактивлик» сўзининг луғавий маъносида (инглиз тилида «inter»-ўзаро, «action»-ҳаракат, фаолият) ҳаракатланиш, ўзаро таъсир қилиш, тор маънода ахборот алмашиш, кенг маънода эса ижтимоий таъсир кўрсатиш,

мулоқот жараёнида ахборот алмашинувининг икки тарафлама фаоллашуви назарда тутилади». Интернетнинг интерактив воситаларига бир қанча

Иқтисодий ахборот – ижтимоий ва иқтисодий жараёнлар ҳақидаги маълумотлар тўплами бўлиб, бу маълумотлар ушбу жараёнларни, ишлаб чиқари ва ноишлаб чиқариш соҳаларидаги инсонлар жамоасини бошқаришда фойдаланилади.

Йўқотиш аномалияси - Агар баъзи маҳсулотларни етказиб бериш тўхтатилган бўлса, маълумотлар базасида маҳсулот ва унинг баҳоси ҳақидаги (хатто у етказиб берувчиларда мавжуд бўлса ҳам) маълумотларни йўқотишга тўғри келади.

Киритиш аномалияси - Агар етказиб берувчида янги маҳсулот пайдо бўлса, маҳсулот ва унинг баҳоси ҳақидаги ахборотлар етказиб берувчи уни етказиб бермагунча маълумотлар базасида сақланиб қолиши мумкин эмас.

Кибернетика – техник, биологик, ижтимоий ва бошқа турли тизимларда бошқарувнинг умумий тамойиллари ҳақидаги фан.

Қобик – бирор бир дастур ва фойдаланувчи ўртасидаги қатлам ёки бошқа дастур устида усқуртма бўлган дастур.

Майдон - маълумотларни ташкил этишнинг оддий бирлиги бўлиб, ахборотнинг алоҳида, бўлинмас бирлиги бўлиши реквизитга мос келади.

Маълумотлар - Ахборот истеъмолчига етиб боргунча бир қатор ўзгаришларга учрайди. Оралиқ босқичларда хабарнинг моҳиятига кўра хусусияти иккинчи даражага тушиб қолади, натижада «ахборот» тушунчаси нисбатан чекланган «маълумотлар» тушунчаси билан алмаштирилади. Шунинг учун ҳам маълумотларни ахборотнинг компьютердаги тасвири деб айтиш мумкин.

Маълумотлар базалари – ўзаро боғланган маълумотлар, қоидалар тўплами бўлиб ташкил қилиниши маълумотлар билан иш олиб боришни, тасвирлашни ва сақлашнинг умумий тамойилларига асосланган бўлади.

Маълумотлар модели - маълумотлар структуралари мажмуи ва улар устида олиб бориладиган амаллардир. Боғланишларнинг ўрнатилиш усулига кўра маълумотлар ўртасида иерархик, тармоқли ва реляцион моделлар мавжуд.

Малумотларга ишлов бериш - бир хил турдаги структурали маълумотлар ёзувларини ажратиб олиш ва гуруҳлаш, саралаш, киритиш, сақлаш билан боғлиқ масалаларни ечишнинг махсус синфи ҳисобланади. Ушбу синф масалалари магазин ва омборлардаги товарлар ҳисобини юритишда, иш ҳақини ҳисоблашда, ишлаб чиқаришни, молияни, телекоммуникацияни бошқаришда ечилади.

Меҳнат ресурслари – жамиятда ишлаш учун умумтаълим ва касбий билимга эга кишилар;

Моддий ресурслар- жамият маҳсулотлари ишлаб чиқариш жараёнида фойдаланиш учун мўлжалланган меҳнат ва хом-ашёлари мажмуидир. Масалан, хом-ашё, материаллар, ёқилғи, энергия, ярим тайёр маҳсулотлар, деталлар ва ҳақозо

Мижоз (клиент) – вазифа, ишчи станция ёки компьютер тармоғидан фойдаланувчи.

Молиявий ресурслар – давлат ёки тижорат таркиби ихтиёридаги пул манбалари.

Меъёрлаштириш - берилган схема (ёки муносабатлар йиғиндиси)ни муносабатлари кўпроқ оддий ва регуляр тузилмага эга бўлган бошқа схема билан қадамма-қадам алмаштириш жараёни.

Мультимедиа – инглиз тилидаги “multi” ва “media” сўзларидан олинган бўлиб “кўп”, “бир неча” ва “ахборот узатувчи воситалар” маъноларини билдиради. Демак, мультимедиа тушунчасини – бир неча усулда ахборот узатиш деб қабул қилиш мумкин.

Предмет соҳасининг ахборот объекти - бу муайян моҳият, яъни МБда улар ҳақида ахборот бўлиши лозим бўлган реал объект, ҳодиса, жараён ёки воқеанинг ахборот тарзида акс этирилиши. Ахборот объекти ахборотнинг таркибий бирлиги саналади ва меъёрлаштириш талабларига жавоб бериши лозим.

Сенсор экранлар – тасвирлар, дастур ёки буйруқлар айрим элементларини дисплей экранида ШК га киритиш учун мўлжалланган.

Серверлар – барча станция тармоқларидан олинган сўровларни қайта ишлаш учун ажратилган кўп киши фойдаланадиган қудратли микроЭХМлар.

Сканер – қоғозли ташувчилардан автоматик ҳисоблаш ва ШК га машинада ёзилган матнлар, графиклар, расмлар, чизмаларини киритиш учун мўлжалланган мослама.

Табий ресурслар – инсонларнинг моддий ва маънавий эҳтиёжларини қондириш учун жамият томонидан фойдаланиладиган объектлар, жараёнлар, табиат шароитлари, жараёнлари, объектлари.

Ташкилот – бу турғун шакл ижтимоий структура ҳисобланиб, у ресурсларни атроф-муҳитдан олади ва уларни ўзининг фаолиятида маҳсулотга айлантиради.

Ташкилотнинг автоматлаштирилган ахборот бошқарув тизими - Корхона мақсадларидан келиб чиққан ҳолда ахборотни йиғиш, қайта ишлаш, тақсимлаш, сақлаш, чиқаришга мос талаблари асосидаги маълумотлар, ускуналар, дастурий воситалар, ходимлар, стандарт муложааларнинг ўзаро боғланган тўплами.

Тезаурус – ахборотдан фойдаланувчи ёки тизимга эга бўлган маълумотлар жамланмаси.

Телекоммуникация – компьютер тармоқлари ва замонавий техник алоқа воситалари негизида маълумотларни масофадан узатиш.

Техник ва дастурий хизмат кўрсатиш – техник воситалар ва дастурий таъминотни ишчи ҳолатда таъминлаб турувчи иш комплекси.

Узел – тармоқнинг узатиш воситасига уланган ҳар қандай қурилма.

Файл – ахборот ташувчи машинага тақдим этилган маълумотларнинг номланган йиғиндиси.

Фойдаланувчи интерфейс – фойдаланувчининг дастурий ёки ЭХМ билан ўзаро таъсиридаги дастурий ва аппарат воситаларидир.

Ҳаёт цикли - ахборот маҳсулоти ва хизматига зарурат туғилишидан бошлаб уларни ишлатиб бўлгунга қадар кетган даврга айтилади.

Ҳужжат шакли - ҳужжатлар белгиланган тартибда расмийлаштирилади ва тўлдирилади. Ҳар бир ҳужжат шакл (макет) билан аниқланадиган доимий қисмга эга. Ҳужжат шакли ҳужжатда сақланадиган ахборот структурасини акс эттиради ва ҳужжат таркибига кирувчи реквизитлар таркибини, номини ва жойланишини белгилайди.

VI АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ

I. Ўзбекистон Республикаси Президентининг асарлари

1. Мирзиёев Ш.М. Нияти улуғ халқнинг иши ҳам улуғ, ҳаёти ёруғ ва келажаги фаровон бўлади. 3-ЖИЛД / Ш.М. Мирзиёев. – Т.: “Ўзбекистон”, 2019. – 592 б.
2. Мирзиёев Ш.М. Халқимизнинг розилиги бизнинг фаолиятимизга берилган энг олий баҳодир. 2-ЖИЛД / Ш.М. Мирзиёев. – Т.: “Ўзбекистон”, 2019. – 400 б.
3. Мирзиёев Ш.М. Миллий тараққиёт йўлимизни қатъият билан давом эттириб, янги босқичга кўтарамиз. 1-ЖИЛД / Ш.М. Мирзиёев. – Т.: “Ўзбекистон”, 2018. – 592 б.
4. Мирзиёев Ш.М. Буюк келажагимизни мард ва олижаноб халқимиз билан бирга қурамиз. – Т.: “Ўзбекистон”. 2017. – 488 б.
5. Мирзиёев Ш.М. Миллий тараққиёт йўлимизни қатъият билан давом эттириб, янги босқичга кўтарамиз – Т.: “Ўзбекистон”. 2017. – 592 б.

II. Норматив-ҳуқуқий ҳужжатлар

6. Ўзбекистон Республикасининг Конституцияси. – Т.: Ўзбекистон, 2018.
7. Ўзбекистон Республикасининг “Таълим тўғрисида”ги Қонуни.
8. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2015 йил 12 июнь “Олий таълим муасасаларининг раҳбар ва педагог кадрларини қайта тайёрлаш ва малакасини ошириш тизимини янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПФ-4732-сонли Фармони.
9. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февраль “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги 4947-сонли Фармони.
10. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 20 апрель “Олий таълим тизимини янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПҚ-2909-сонли Қарори.
11. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 21 сентябрь “2019-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини инновацион ривожлантириш стратегиясини тасдиқлаш тўғрисида”ги ПФ-5544-сонли Фармони.
12. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 27 май “Ўзбекистон Республикасида коррупцияга қарши курашиш тизимини янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПФ-5729-сон Фармони.
13. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 17 июнь “2019-2023 йилларда Мирзо Улуғбек номидаги Ўзбекистон Миллий

университетида талаб юқори бўлган малакали кадрлар тайёрлаш тизимини тубдан такомиллаштириш ва илмий салоҳиятини ривожлантири чоратадбирлари тўғрисида”ги ПҚ-4358-сонли Қарори.

14. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 27 август “Олий таълим муассасалари раҳбар ва педагог кадрларининг узлуксиз малакасини ошириш тизимини жорий этиш тўғрисида”ги ПФ-5789-сонли Фармони.

15. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 8 октябрь “Ўзбекистон Республикаси олий таълим тизимини 2030 йилгача ривожлантириш концепциясини тасдиқлаш тўғрисида”ги ПФ-5847-сонли Фармони.

Ш. Махсус адабиётлар

16. Daniel Black, Stephen Epstein and Alison Tokita. Media Flows, Soft Power and East Asia. Monash University. 2010. (1-боб)

17. David Spencer “Gateway”, Students book, Macmillan 2012.

18. English for academics. Cambridge University Press and British Council Russia, 2014. Book 1,2.

19. English for Specific Purposes. All Oxford editions. 2010. 204.

20. H.Q. Mitchell “Traveller” B1, B2, MM Publications. 2015. 183.

21. H.Q. Mitchell, Marileni Malkogianni “PIONEER”, B1, B2, MM Publications. 2015. 191.

22. Herlander Elias. Post-Web. The Continuous Geography of Digital Media. Formal Press Publishing House. Portugal. 2012. Б. 80-88.

23. Lindsay Clandfield and Kate Pickering “Global”, B2, Macmillan. 2013. 175.

24. M.Smikiklas. Infografika. USA. Indiana, Indianapolis: 2014. P. 23-25

25. Model curricula for journalism education: a compendium of new syllabi. UNESCO Series on Journalism Education. Edited and introduced by Fackson Banda. France. UNESCO, 2013.

26. Natalie Denmeade. Gamification with Moodle. Packt Publishing - ebooks Account 2015. - 134 pp.

27. Paul Kim. Massive Open Online Courses: The MOOC Revolution. Routledge; 1 edition 2014. - 176 pp.

28. Robert A. Papper, Edwin C. Rozwenc, Edward C. Martin. Broadcast News and Writing Stylebook. 2012.

29. Steve Taylor “Destination” Vocabulary and grammar”, Macmillan 2010.

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

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

32. Асекретов О.К., Борисов Б.А., Бугакова Н.Ю. и др. Современные образовательные технологии: педагогика и психология: монография. – Новосибирск: Издательство ЦРНС, 2015. – 318 с. <http://science.vvsu.ru/files/5040BC65-273B-44BB-98C4-CB5092BE4460.pdf>
33. Белогуров А.Ю. Модернизация процесса подготовки педагога в контексте инновационного развития общества: Монография. — М.: МАКС Пресс, 2016. — 116 с. ISBN 978-5-317-05412-0.
34. Вартановой Е. Л. — Основы медиабизнеса: Учеб. пособие для студентов вузов / Под ред. 075 М.: Аспект Пресс, 2009. – 360 с.
35. Вырковский А. В. Редакционный менеджмент в печатных и онлайн-массмедиа: процессный подход, “Медиа Мир”, М.: 2016.
36. Гафурова П.А., Матвиенко В.В. Телевидение Узбекистана: история, проблемы, перспективы // Культура и цивилизация. 2019. Том 9. № 5А. - С. 215-223.
37. Гулобод Қудратуллоҳ қизи, Р.Ишмухамедов, М.Нормухаммедова. Анъанавий ва ноанъанавий таълим. – Самарқанд: “Имом Бухорий халқаро илмий-тадқиқот маркази” нашриёти, 2019. 312 б.
38. Журналистика. 10 жилдли нашр. Т.: Ўзбекистон, 2019.
39. Зимин М. А. Система управления издательским делом : маркетинговые технологии работы с периодической печатной продукцией : дис. ... канд. социол. наук : 22.00.08 / Зимин Максим Андреевич. - М., 2001. - 113 с. ; Часть автореферата [Электронный ресурс].
40. Ибраймов А.Е. Масофавий ўқитишнинг дидактик тизими. методик қўлланма/ тузувчи. А.Е. Ибраймов. – Тошкент: “Lesson press”, 2020. 112 бет.
41. Игнатова Н. Ю. Образование в цифровую эпоху: монография. М-во образования и науки РФ. – Нижний Тагил: НТИ (филиал) УрФУ, 2017. – 128 с. http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/54216/1/978-5-9544-0083-0_2017.pdf
42. Исмаилова К.Ф. Голос перемен. Т.: Насаф, 2011
43. Исмаилова К.Ф. Медиаобразование в Узбекистане: тенденции, проблемы, перспективы// www.journal.fledu.uz. №6(14), 2016. – С.121-126.
44. Исмаилова К.Ф. Основные тенденции развития современного радиовещания Узбекистана// Ўзбекистонда хорижий тиллар. Илмий-методик электрон журнал. Т.2017, №3(17). – С.179-185.
45. Ишмухамедов Р.Ж., М.Мирсолиева. Ўқув жараёнида инновацион таълим технологиялари. – Т.: «Fan va texnologiya», 2014. 60 б.
46. Калмыков А.А. Интернет - журналистика А.А. Калмыков, Л.А. Коханова - М. Юнити - Дана., 2005.
47. Каримов А. Аудиовизуал журналистика. ЎУМ. Т.: ЎзДЖТУ, 2019. – 132 б.
48. Кириллова, Н. Б. Медиакультура и основы медиаменеджмента. :

[учеб. пособие] /Н. Б. Кириллова. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2014. – 184 с.

49. Ключев Ю.В. Радиожурналистика: основы профессии. Учеб. пособие / Ю. В. Ключев. СПб. Ин-т «Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций» СПбГУ, 2015. — 151 с.

50. Қосимова Н. Онлайн журналистика. Дарслик.Т., 2019

51. Қосимова Н. Ўзбекистон оммавий ахборот воситалари барқарор ривожланиш манфаатлари йўлидаги таълим соҳасида ҳамкор сифатида. Ўқув қўлланма. – Т.: ЮНЕСКО. 2018.

52. Қудратхўжаев Ш. Интернет: тарихи, тузилиши, техник хавфсизлик. –Т.: Ўзбекистон. 2011.

53. Қудратхўжаев Ш.Т. Интернетда ва ахборот. Ўқув-услубий қўлланма. Тошкент 2012 йил.

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

55. Матякубов А., Дадахонов А. Журналистикада АКТ. (ўқув қўлланма). Т.: Кактус медиа, 2019. – 180 б.

56. 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.

57. Муратова Н.Ф. Интернет журналистика Узбекистана: функционирование Интернет СМИ в условиях глобального информационного рынка”. Монография. Германия, Lab Academic Publishing. 2013.

58. Муслимов Н.А ва бошқалар. Инновацион таълим технологиялари. Ўқув-методик қўлланма. – Т.: “Sano-standart”, 2015. – 208 б.

59. Олий таълим тизимини рақамли авлодга мослаштириш концепцияси. Европа Иттифоқи Эрасмус+ дастурининг кўмагида. https://hiedtec.ecs.uni-ruse.bg/pimages/34/3_UZBEKISTAN-CONCEPT-UZ.pdf

60. Тошпўлатова Н. Саидов Ф. Журналистиканинг ҳуқуқий асослари. Дарслик. – Тошкент., 2019.

61. Усмонов Б.Ш., Ҳабибуллаев Р.А. Олий ўқув юртлирида ўқув жараёнини кредит-модуль тизимида ташкил қилиш. Ўқув қўлланма. Т.: “Tafakkur” нашриёти, 2020 й. 120 бет.

IV. Интернет сайтлар

62. Ўзбекистон Республикаси Олий ва ўрта махсус таълим вазирлиги: www.edu.uz.

63. Бош илмий-методик марказ: www.bimm.uz

64. [www. Ziyonet. Uz](http://www.Ziyonet.Uz)

65. Открытое образование. <https://openedu.ru/>