

**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIV VA O‘RTA MAXSUS TA‘LIM VAZIRLIGI**

**OLIV TA‘LIM TIZIMI PEDAGOG VA RAHBAR KADRLARINI
QAYTA TAYYORLASH VA ULARNING MALAKASINI OSHIRISHNI
TASHKIL ETISH BOSH ILMIV - METODIK MARKAZI**

**O‘ZBEKISTON MILLIV UNIVERSITETI HUZURIDAGI PEDAGOG
KADRLARINI QAYTA TAYYORLASH VA ULARNING MALAKASINI
OSHIRISH (MINTAQAVIV) MARKAZI**



“ONLAYN JURNALISTIKA”

moduli bo‘yicha

O‘QUV – USLUBIV MAJMUASI

Тошкент 2022

MUNDARIJA

I. ISHCHI DASTUR.....	<u>4</u>
II. MODULNI O‘QITISHDA FOYDALANILADIGAN INTERFAOL TA‘LIM METODLARI.....	<u>10</u>
III. NAZARIY MASHG‘ULOT MATERIALLARI.....	<u>13</u>
IV. AMALIY MASHG‘ULOT MATERIALLARI.....	<u>66</u>
VI. GLOSSARIY	<u>72</u>
VII. ADABIYOTLAR RO‘YXATI.....	<u>78</u>

Modulning ishchi o‘quv dasturi O‘zbekiston Respublikasi Oliy va o‘rta maxsus ta’lim vazirligining 2020 yil 7-dekabrda 648-sonli buyrug‘i bilan tasdiqlangan namunaviy o‘quv reja va dasturlar asosida ishlab chiqilgan.

Tuzuvchi: O‘zMU, “Televideniye va radioeshittirish” kafedrasida dotsent, R.X. Abdusattorov

Taqrizchi: t.f.d., prof. Q.T. Ernazarov

O‘quv -uslubiy majmua Bosh ilmiy-metodik markaz Ilmiy metodik Kengashining qarori bilan nashrga tavsiya qilingan
(2021 yil “30” dekabrda 5/4-sonli bayonnoma)

I. ISHCHI DASTUR

Kirish

Dastur O‘zbekiston Respublikasining 2020 yil 23 sentabrda tasdiqlangan “Ta’lim to‘g‘risida”gi Qonuni, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 7 fevraldagi “O‘zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo‘yicha Harakatlar strategiyasi to‘g‘risida”gi PF-4947-son, 2019 yil 27 avgustdagi “Oliy ta’lim muassasalari rahbar va pedagog kadrlarining uzluksiz malakasini oshirish tizimini joriy etish to‘g‘risida”gi PF-5789-son, 2019 yil 8 oktabrdagi “O‘zbekiston Respublikasi oliy ta’lim tizimini 2030 yilgacha rivojlantirish konsepsiyasini tasdiqlash to‘g‘risida”gi PF-5847-sonli Farmonlari hamda O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2019 yil 23 sentabrdagi “Oliy ta’lim muassasalari rahbar va pedagog kadrlarining malakasini oshirish tizimini yanada takomillashtirish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi 797-sonli Qarorlarida belgilangan ustuvor vazifalar mazmunidan kelib chiqqan holda tuzilgan bo‘lib, u oliy ta’lim muassasalari pedagog kadrlarining kasb mahorati hamda innovatsion kompetentligini rivojlantirish, sohaga oid ilg‘or xorijiy tajribalar, yangi bilim va malakalarni o‘zlashtirish, shuningdek amaliyotga joriy etish ko‘nikmalarini takomillashtirishni maqsad qiladi.

Dastur doirasida berilayotgan mavzular ta’lim sohasi bo‘yicha pedagog kadrlarni qayta tayyorlash va malakasini oshirish mazmuni, sifati va ularning tayyorgarligiga qo‘yiladigan umumiy malaka talablari va o‘quv rejalari asosida shakllantirilgan bo‘lib, uning mazmuni kredit modul tizimi va o‘quv jarayonini tashkil etish, ilmiy va innovatsion faoliyatni rivojlantirish, pedagogning kasbiy professionalligini oshirish, ta’lim jarayoniga raqamli texnologiyalarni joriy etish, maxsus maqsadlarga yo‘naltirilgan ingliz tili, mutaxassislik fanlar negizida ilmiy va amaliy tadqiqotlar, o‘quv jarayonini tashkil etishning zamonaviy uslublari bo‘yicha so‘nggi yutuqlar, pedagogning kreativ kompetentligini rivojlantirish, ta’lim jarayonlarini raqamli texnologiyalar asosida individuallashtirish, masofaviy ta’lim xizmatlarini rivojlantirish, vebinar, onlayn, «blended learning», «flipped classroom» texnologiyalarini amaliyotga keng qo‘llash bo‘yicha tegishli bilim, ko‘nikma, malaka va kompetensiyalarni rivojlantirishga yo‘naltirilgan.

Qayta tayyorlash va malaka oshirish yo‘nalishining o‘ziga xos xususiyatlari hamda dolzarb masalalaridan kelib chiqqan holda dasturda tinglovchilarning mutaxassislik fanlar doirasidagi bilim, ko‘nikma, malaka hamda kompetensiyalariga qo‘yiladigan talablar takomillashtirilishi mumkin.

Modulning maqsadi va vazifalari

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

Modul **vazifalariga** quyidagilar kiradi:

- "Jurnalistika" yo'nalishida pedagog kadrlarning kasbiy bilim, ko'nikma, malakalarini takomillashtirish va rivojlantirish;

- pedagoglarning ijodiy-innovatsion faollik darajasini oshirish; - mutaxassislik fanlarini o'qitish jarayoniga zamonaviy axborotkommunikatsiya texnologiyalari va xorijiy tillarni samarali tatbiq etilishini ta'minlash;

- mutaxassislik fanlar sohasidagi o'qitishning innovatsion texnologiyalari va ilg'or xorijiy tajribalarini o'zlashtirish;

"Jurnalistika" yo'nalishida qayta tayyorlash va malaka oshirish jarayonlarini fan va ishlab chiqarishdagi innovatsiyalar bilan o'zaro integratsiyasini ta'minlash.

Modul bo'yicha tinglovchilarning bilimi, ko'nikmasi, malakasi va kompetensiyalariga qo'yiladigan talablar

Modulni o'zlashtirish jarayonida amalga oshiriladigan masalalar doirasida:

"Kredit modul tizimi va o'quv jarayonini tashkil etish", "Ilmiy va innovatsion faoliyatni rivojlantirish", "Pedagogning kasbiy professionalligini oshirish", "Ta'lim jarayoniga raqamli texnologiyalarni joriy etish", "Maxsus maqsadlarga yo'naltirilgan ingliz tili" modullari bo'yicha tinglovchilarning bilim, ko'nikma va malakalariga qo'yiladigan talablar tegishli ta'lim sohasi bo'yicha pedagog kadrlarni qayta tayyorlash va malakasini oshirish mazmuni, sifati va ularning tayyorgarligi hamda kompetentligiga qo'yiladigan umumiy malaka talablari bilan belgilanadi.

Mutaxassislik fanlari bo'yicha tinglovchilar quyidagi yangi bilim, ko'nikma, malaka hamda kompetensiyalarga ega bo'lishlari talab etiladi:

Tinglovchi:

- virtual OAVning imkoniyatlari, ustunliklari va an'anaviy OAVga o'xshash va farqli jihatlarini;

- internet va onlayn OAV da feyk, trolling, infologemaning xususiyatlari va faktcheking asoslarini;
 - interfaol tele-radiojurnalistikaning zamonaviy usullarini;
 - ommaviy axborot vositalari boshqaruvi sohasidagi biznestexnologiyalarini;
 - milliy va xorijiy jurnalistik ta'lim modellarini *bilishi* kerak. **Tinglovchi:**
 - virtual OAVning imkoniyatlari, ustunliklari va an'anaviy OAVga o'xshash va farqli jihatlarini tahlil qila olish;
 - internet OAVda onlayn instrumentlardan foydalanish;
 - milliy va xorijiy jurnalistik ta'lim modellari, sohadagi pedagogik tajribalar va yutuqlarni o'z faoliyatiga tatbiq etish *ko'nikmalariga* ega bo'lishi lozim. **Tinglovchi:**
 - nazariy bilimlar va amaliy ko'nikmalarni pedagogik faoliyatda qo'llay olish;
 - mediabiznes sharoitida axborot mohiyatini saqlab qolish (feyk yangiliklar va dezinformatsiyani farqlash);
 - sohadagi amaliy va pedagogik jarayonlarni atroflicha tadqiq qila bilish;
 - soha sharoitlari va qonuniyatlarini o'rganish, jarayonlarni optimallashtirish *malakalariga* ega bo'lishi lozim. **Tinglovchi:**
 - on-layn jurnalistikaning yangi mediaformatlari tipologiyasi va xususiyatlari ajrata olish;
 - on-layn mediamakonda axborotni tayyorlash va uzatishning zamonaviy usullari amaliyotga kiritish;
- zamonaviy tahririyatlarni boshqarishning zamonaviy tendensiyalaridan foydalana olish *kompetensiyalariga* ega bo'lishi lozim.

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

Globalashuv sharoitida teleradiojurnalistika va mediatexnologiyalar moduli, "Kredit modul tizimi va o'quv jarayonini tashkil etish", "Ilmiy va innovatsion faoliyatni rivojlantirish", "Pedagogning kasbiy professionalligini oshirish", "Ta'lim jarayoniga raqamli texnologiyalarni joriy etish", "Maxsus maqsadlarga yo'naltirilgan ingliz tili", Globalashuv sharoitida teleradiojurnalistika va mediatexnologiyalar, Kommunikatsion siyosat va mediamenejment, XXI asrda jurnalistik ta'lim modellari, o'quv modullari bilan uzviy bog'langan holda pedagoglarning ta'lim jarayonida bulutli hisoblash, katta ma'lumotlar va virtual reallik tizimlaridan foydalanish bo'yicha kasbiy pedagogik tayyorgarlik darajasini oshirishga xizmat qiladi.

Modul bo'yicha soatlar taqsimoti

№	Modul mavzulari	Auditoriya o'quv yuklamasi		
		Жами	jumladan	
			Назарий	Амай машғулот
1.	Internetning OAV sifatida shakllanishi. Internet jurnalistikasining ijodiy va texnologik, ilmiy asoslari.	2	2	
2.	Viki saytlar va ularning yuzaga kelish tarixi.	2	2	
3	Data jurnalistika va uning milliy jurnalistikani rivojlantirishdagi roli	2	2	
4	Longrid tushunchasi. Longrid yaratish uchun platformalar medium.com va tilda.com.	2	2	
5	Milliy internet nashrlarimizda longrid yoki storitelling texnologiyalari.	2	2	
6	Sanva.com yangi vizual janr sifatida.	2		2
7	Feyk xabarlar va fotolar tushunchasi.	2		2
8	Ijtimoiy tarmoqlar va ularning tasnifi.	2		2
9	Ommaviy kommunikatsiya tizimida bloglarning tutgan o'рни	2		2
10	Jurnalist va blogger faoliyatining xususiyatlari.	2		2
	Jami: 20 soat	20	10	10

NAZARIY MASHG'ULOTLAR MAZMUNI

1-mavzu Internetning OAV sifatida shakllanishi. Internet jurnalistikasining ijodiy va texnologik, ilmiy asoslari. (2 soat).

- 1.1. Internetning OAV sifatida shakllanishi.
- 1.2. Internet jurnalistikasining ijodiy va texnologik, ilmiy asoslari
- 1.3 Global tarmoqdan kerakli ma'lumotlarni topish usullari.
- 1.4 «Google», «Yahoo», «AltaVista», «Yandeks», «Rambler» va «Aport» yirik qidiruv tizimlari.

2-mavzu Viki saytlar va ularning yuzaga kelish tarixi (2 soat).

- 2.1. Viki saytlar va ularning yuzaga kelish tarixi
- 2.2. Jurnalistning viki saytlardan foydalanishi.
- 2.3. Internetda monitoring jarayonining o'ziga xosligi, unda statistik ma'lumotlarning qo'llanilishi
- 2.4. Jurnalistika sohasida illyustratsiyaning roli.
- 2.5. Mobil ilovalar va vizual formatlar. **3-mavzu. Data jurnalistika va uning milliy jurnalistikani rivojlantirishdagi roli (2 soat).**

3. 1.Data jurnalistika va uning milliy jurnalistikani rivojlantirishdagi roli
- 3.2. Jurnalistikada vizuallashtirish.
- 3.3. Ma'lumotlar jurnalistikasining zamonaviy ko'rinishlari.

4-mavzu. Longrid tushunchasi. Longrid yaratish uchun platformalar medium.com va tilda.com. (2 soat).

- 4.1. Longrid tushunchasi.
- 4.2. Longrid yaratish uchun platformalar medium.com va tilda.com.
- 4.3. Longridagi ovoz soundcloud.com. "Tirik" foto - thinklink.com.
- 4.4. youtub.comning longridagi videolarni yaratishdagi o'rni.

5-mavzu. Milliy internet nashrlarimizda longrid yoki storitelling texnologiyalari. (2 soat).

- 5.1. Milliy internet nashrlarimizda longrid yoki storitelling texnologiyalari.
- 5.2. Digital Storytelling.
- 5.3. Jurnalistikada storitelling.

AMALIY MASHG'ULOTLAR MAZMUNI

Amaliy mashg'ulotlarda tinglovchilar o'quv modullari doirasidagi ijodiy topshiriqlar, keyslar, o'quv loyihalari, texnologik jarayonlar bilan bog'liq vaziyatli masalalar asosida amaliy ishlarni bajaradilar.

Amaliy mashg'ulotlar zamonaviy ta'lim uslublari va innovatsion texnologiyalarga asoslangan holda o'tkaziladi. Bundan tashqari, mustaqil holda o'quv va ilmiy adabiyotlardan, elektron resurslardan, tarqatma materiallardan foydalanish tavsiya etiladi.

1-amaliy mashg'ulot. Sanva.com yangi vizual janr sifatida. (2 soat).

2-amaliy mashg'ulot. Feyk xabarlar va fotolar tushunchasi (2 soat).

3-amaliy mashg'ulot. Ijtimoiy tarmoqlar va ularning tasnifi. (2 soat).

4-amaliy mashg'ulot. Ommaviy kommunikatsiya tizimida bloglarning tutgan o'rni (2 soat).

5-amaliy mashg'ulot. Jurnalist va blogger faoliyatining xususiyatlari.

O'QITISH SHAKLLARI

Modullarni o'qitish jarayonida ishlab chiqilgan o'quv-metodik materiallar, tegishli soha bo'yicha ilmiy jurnallar, Internet resurslari, multimedia mahsulotlari va boshqa elektron va qog'oz variantdagi manbalardan foydalaniladi.

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

“Keys-stadi” metodi

“**Keys-stadi**” - inglizcha so‘z bo‘lib, (“case” – aniq vaziyat, hodisa, “stadi” – o‘rganmoq, tahlil qilmoq) aniq vaziyatlarni o‘rganish, tahlil qilish asosida o‘qitishni amalga oshirishga qaratilgan metod hisoblanadi. Mazkur metod dastlab 1921 yil Garvard universitetida amaliy vaziyatlardan iqtisodiy boshqaruv fanlarini o‘rganishda foydalanish tartibida qo‘llanilgan. Keysda ochiq axborotlardan yoki aniq voqea-hodisadan vaziyat sifatida tahlil uchun foydalanish mumkin. Keys harakatlari o‘z ichiga quyidagilarni qamrab oladi: Kim (Who), Qachon (When), Qayerda (Where), Nima uchun (Why), Qanday/ Qanaqa (How), Nima natija (What).

“Keys metodi”ni amalga oshirish bosqichlari

Ish bosqichlari	Faoliyat shakli va mazmuni
1-bosqich: Keys va uning axborot ta’minoti bilan tanishtirish	<ul style="list-style-type: none"> ✓ yakka tartibdagi audio-vizual ish; ✓ keys bilan tanishish (matnli, audio yoki media shaklda); ✓ axborotni umumlashtirish; ✓ axborot tahlili; ✓ muammolarni aniqlash;
2-bosqich: Keysni aniqlashtirish va o‘quv topshiriqni belgilash	<ul style="list-style-type: none"> ✓ individual va guruhda ishlash; ✓ muammolarni dolzarblik iyerarxiyasini aniqlash; ✓ asosiy muammoli vaziyatni belgilash;
3-bosqich: Keysdagi asosiy muammoni tahlil etish orqali o‘quv topshirig‘ining yechimini izlash, hal etish yo‘llarini ishlab chiqish	<ul style="list-style-type: none"> ✓ individual va guruhda ishlash; ✓ muqobil yechim yo‘llarini ishlab chiqish; ✓ har bir yechimning imkoniyatlari va to‘siqlarni tahlil qilish; ✓ muqobil yechimlarni tanlash;
4-bosqich: Keys yechimini shakllantirish va asoslash, taqdimot.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ yakka va guruhda ishlash; ✓ muqobil variantlarni amalga qo‘llash; imkoniyatlarini asoslash; ✓ ijodiy loyiha taqdimotini tayyorlash; ✓ yakuniy xulosa va vaziyat yechimining amaliy aspektlarini yoritish.

Keysni bajarish bosqichlari va topshiriqlar:

Keys talablari bo'yicha muammolarni aniqlash va ularning yechimini topish (kichik guruhlarda).

Mavzu: Internet rivojlangan davrda madaniyatlararo dialog

1. Internet rivojlangan davrda madaniyatlararo dialog borasidagi muammolarni aniqlash va ularning yechimini topish (kichik guruhlarda).
2. Vertual mediamakonda turli madaniyatlar vakillarining samarali, noziddiyatli hamkorligini tahlil etish, bu boradagi muammolarni aniqlash va ularning yechimini topish (kichik guruhlarda).
3. Vertual mediyamakonida kontent vositasida obraz va tashunchalarning interferensiyasini aniqlash va bu boradagi muammolarni aniqlash va ularning yechimini topish (kichik guruhlarda).
4. "Yumshoq kuch" tushunchasini izohlash, bu boradagi muammolarni aniqlash va ularning yechimini topish (kichik guruhlarda).
5. On-layn muhitda zamonaviy mediaformatlarni aniqlash va ularning yechimini topish (kichik guruhlarda).
6. On-layn mediamakonda axborotni tayyorlash va uzatishning zamonaviy usullarini tahlil qilish, bu boradagi muammolarni aniqlash va ularning yechimini topish (kichik guruhlarda).
7. On-layn jurnalistikaning yangi mediaformatlari tipologiyasi va xususiyatlarini aniqlash va ularning yechimini topish (kichik guruhlarda).

Keysning javobi uchun 2 baldan baholanadi.

"Assesment" metodi

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

Metodni amalga oshirish tartibi:

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

“Tushunchalar tahlili” metodi

Metodning maqsadi: mazkur metod talabalar yoki qatnashchilarni mavzu buyicha tayanch tushunchalarni o‘zlashtirish darajasini aniqlash, o‘z bilimlarini mustaqil ravishda tekshirish, baholash, shuningdek, yangi mavzu buyicha dastlabki bilimlar darajasini tashhis qilish maqsadida qo‘llaniladi.

Metodni amalga oshirish tartibi:

- ishtirokchilar mashg‘ulot qoidalari bilan tanishtiriladi;
- o‘quvchilarga mavzuga yoki bobga tegishli bo‘lgan so‘zlar, tushunchalar nomi tushirilgan tarqatmalar beriladi (individual yoki guruhli tartibda);
- o‘quvchilar mazkur tushunchalar qanday ma’no anglatishi, qachon, qanday holatlarda qo‘llanilishi haqida yozma ma’lumot beradilar;
- belgilangan vaqt yakuniga yetgach, o‘qituvchi berilgan tushunchalarning to‘g‘ri va to‘liq izohini o‘qib eshittiradi yoki slayd orqali namoyish etadi;
- har bir ishtirokchi berilgan to‘g‘ri javoblar bilan o‘zining shaxsiy munosabatini taqqoslaydi, farqlarini aniqlaydi va o‘z bilim darajasini tekshirib, baholaydi.

Misol: glossariyda keltirilgan tushunchalarni tahlil qilish asosida fundamental tasavvurga ega bo‘lish, mavzuni to‘g‘ri tushunib borish va masalalarning yechimining gnoseologik ildiz orqali, tushunchaning tahlili orqali shakllantirish.

III. NAZARIY MASHG‘ULOT MATERIALLARI

1-mavzu Internetning OAV sifatida shakllanishi. Internet jurnalistikasining ijodiy va texnologik, ilmiy asoslari. (2 soat).

- 1.3. Internetning OAV sifatida shakllanishi.
- 1.4. Internet jurnalistikasining ijodiy va texnologik, ilmiy asoslari
- 1.3 Global tarmoqdan kerakli ma'lumotlarni topish usullari.
- 1.4 «Google», «Yahoo», «AltaVista», «Yandeks», «Rambler» va «Aport» yirik qidiruv tizimlari.
- 1.5 *On-layn mediamakonda axborotni tayyorlash va uzatishning zamonaviy usullari*

Kalit so‘zlar: axborot jamiyati, onlayn jurnalistika, fuqarolik jurnalistikasi, blogsoha, konvergensiya, raqamlashuv (digitalizatsiya), infoteynment, edyuteynment, infortorial, globallashuv, interaktivlik, ixtisoslashuv va tarmoqlashuv, multimedialilik, gipermatnlilik.

Internetning OAV sifatida shakllanishi.

Har qanday taraqqiy etgan jamiyat o‘z rivojlanishining qaysi bosqichida bo‘lmasin, insoniyatning xohish, ehtiyojlarini qondirish uchun xizmat qiladi. Shunday ekan, har qanday davr o‘z taraqqiyoti davrida madaniyatning turli shakllarini yaratadi. Ushbu shakllar muayyan ma’nodan iborat insonning xohish, ehtiyojlarini qondira oladi. Biz bugungi kunda ommaviy aloqalar tizimi kengayayotgan axborot davrida yashar ekanmiz, bunda cheksizlikdan iborat media dunyosi muhim o‘rin egallamoqda.

Ijtimoiy tarmoqlarda ancha yillar madaniyatlararo to‘qnashuvlar yuz bergani kuzatilgan. Bunday kurashlar naqadar samarasiz bo‘lishini hayot o‘zi isbotladi.

Internetda madaniyat mavzusini yoritishda eng asosiy mezon – o‘zga millatlar madaniyatini hurmat qilishdir.

Madaniyatlararo to‘qnashuv – o‘zga millatlar madaniyati va milliy qadriyatlarini yemirish, uning o‘ziga o‘zining madaniyatini tiqishtirishga qaratilgan harakatdir. Vertual olam bunday kurashlar uchun juda qulay vosita. Biroq, haqiqiy madaniyatli insonlar o‘zgalar madaniyatini barbod qilish uchun harakat qilmaydi. Har bir xalq o‘z madaniyatini asrash va rivojlantirishga intiladi. Diniy bag‘rkenglik va o‘zaro totuvlik qanchalik muhim ahamiyat kasb etsa, madaniyatlararo uyg‘unlik ham shu qadar muhimdir. Aslida turli xalqlarning madaniyati bir-birini boyitishga xizmat qiladi. Qo‘shirnoq ichidagi “madaniyat” qaysi mamlakatda paydo bo‘lsa yo urchib ketsa, u o‘sha xalq madaniyatining kushandasiga aylanadi. Shuning uchun tamaddun – umumbashariy madaniyat rivojiga xizmat qilishi zarurligini ko‘pchilik e’tirof etadi.

Gumanizm – barcha millatlar, xalqlar uchun birdek qadrli. Vertual mediamakonda turli madaniyat vakillari ana shu hayot haqiqatini teran anglagan holda ma’nan birlashishga harakat qiladi. Shuning uchun vertual olamda o’z-o’zidan samarali, noziddiyatli hamkorlik davom etayotgani kuzatilmoqda.

Hozirgi paytda deyarli biror ijtimoiy tarmoqda bir-birining urfodatlarini, an’analarini, madaniyatini kamsitishga qaratilgan sayharakat kuzatilmaydi. Irqiy kamsitishlarga allaqachon barham berilgani kabi biror millatning madaniyatiga tajovuz qilish hollari uchramaydi. Vertual olamda bugun tafakkurli jamiyatlar vakillarining gumanistik qarashlari, o’zaro hurmatga asoslangan munosabatlari kuzatilmoqda.

So’nggi yillarda axborot oqimining bir necha barobar tezlashishi, ijobiy ma’lumotlar bilan bir qatorda salbiy xarakterdagi axborotning ko’payishi mediasavodxonlikka ega bo’lish zaruratini qo’ydi. An’anaviy tarzda mediasavodxonlik shaxsning adabiy asarlarni tahlil eta olish va sifatli matnlarni yaratishdan iborat bo’lgan. Bugun mediasavodxonlik – bu axborotning nega va nima uchun uzatilayotganligini bilish demakdir.

Mediasavodxonlik tushunchasi borasida olimlarning turli fikrlari mavjud bo’lib, Londonning Qirollik universiteti professori S.Fayrstounning fikriga ko’ra esa, mediasavodxonlik bu harakat bo’lib, uning asosiy vazifasi insonlarni audiovizual va bosma matnlarning madaniy ahamiyatini tushunish, yaratish va baholashga undashdan iborat. Ingliz siyosatshunosi R.Kibey esa mediasavodxonlikni turli xil shakllarda ma’lumotlarni uzatish, ularni tahlil etish va baholash deb tushunadi. M.Guetterz esa multimediasavodxonligi o’z ichiga multimedia hujjatlarini shakllantirishga qaratilgan tillarni bilish, axborotni qayta ishlashga qaratilgan qurilma va usullardan foydalana olish, yangi multimedia texnologiyalarini bilish va ularni baholay olish, mediamatnlarni tanqidiy qabul qilishni o’z ichiga oladi deydi.

Mediasavodxonlik inson jamiyatda fuqarolik mas’uliyatini his qilgan holda, mediamahsulotlarni qabul qila olishi, yaratishi, tahlil eta olishi va baholashi, zamonaviy medianing ijtimoiy-madaniy va siyosiy mazmunini tushuna olishdir.

Mediasavodxonlik har bir axborotga ratsional yondashish va xolis qarash hamda internet orqali uzatiladigan salbiy g’oyalarni o’zida ifoda etuvchi axborotlarni mohiyatini tushungan holda tahlil qilishdir.

Mediamadaniyat va mediasavodxonlik bir-biriga uzviy holda aks etadi, rivojlanadi. Bugungi kunda mediamadaniyat, mediasavodxonlik, mediata’lim kabi yo’nalishlarni yanada takomillashtirilishi hamda bunga turli ijtimoiy institutlar va tizimlarning ta’sir darajasini chuqurroq tahlil etish muhim sanaladi. Shu bilan birga, mediamadaniyat va mediasavodxonlik rolining o’sishi (mamlakat va mintaq, hukumat va jamiyat, jamiyat va shaxs o’rtasida bog’lovchi vosita sifatida), mediamuhitda sodir bo’layotgan o’zgarishlar xarakteri hamda unga ta’sir qiluvchi

ijtimoiy madaniy omillarning sabablarini aniqlash bugungi davr nuqtai nazaridan muhim hisoblanadi.

Shaxs va madaniyatning o'zgarishi yosh avlodning jiddiy muammolarga duch kelishiga sabab bo'lmoqda. Bunday o'zgarishlar, asosan, ommaviy axborot vositalarining ta'siri ostida sivilizatsiyaning taraqqiy etishi bilan bog'liq holda sodir bo'lmoqda.

Bizga ma'lumki, ommaviy axborot vositalari mamlakat va dunyodagi yangilik va xabarlarni uzatish orqali shaxsning dunyoqarashi va bilimini oshirishga xizmat qiladi. Ommaviy axborot vositalari kanallari orqali uzatiladigan kichik xabardan tortib, yirik tahliliy materialgacha, hattoki reklama va e'lonlar ham aholiga eng so'nggi yangiliklar, tovarlar va xizmatlar sohasidagi o'zgarishlar haqida ma'lumot berar ekan, aholiga zamonning eng so'nggi yutuqlaridan boxabar bo'lishga, ulardan foydalanib yashashga o'rgatadi. Ta'bir joiz bo'lsa, ommaviy axborot vositalari orqali bunday ta'sir, ya'ni shaxs bilimi, dunyoqarashi va yashash tarziga ta'sir etish insonning butun hayoti davomida uzluksiz tarzda har kuni amalga oshadi. Kundalik hayotida internet texnologiyalari va mobil telefonlardan faol foydalanayotgan yoshlar uchun esa mazkur jarayonlar yanada faolroq ro'y bermoqda. Hozirga kelib, ta'lim muassasalarida dars mashg'ulotlarida aynan televizion mahsulotlar, videolavhalar, matbuot nashrlari materiallari, internet sahifalarida e'lon qilingan materiallardan unumli foydalanish keng ommalashayotganini e'tiborga olsak, mediata'lim asosida mediamadaniyat va mediasavodxonlik yoshlar turmush tarzining muhim qismlaridan biriga aylanib borayotganini kuzatish qiyin emas.

Internet jurnalistikasining ijodiy va texnologik, ilmiy asoslari.

Bugungi kunda mediata'lim, mediasavodxonlik, mediamadaniyatni o'rganishga bo'lgan intilishning asosiy maqsadi mafkuraviy tahdidlarni o'zida aks ettirgan axborotlarning yaratilishi, uning tarqalish sabablarini tushunib yetish, tijorat, siyosiy, iqtisodiy, ma'naviy va madaniy maqsadlarda tarqatilayotgan bunday salbiy axborotlarning asl maqsadini to'g'ri anglagan holda uni baholay olishdan iboratdir. Shuningdek, yoshlarni axborot bilan ishlashi, axborot qidirishi, zarurlarni ajrata bilishi, qayta ishlashi, tartibga keltirishi, axborot mazmunini tushunish mantiqiy yaqinlarini ajratishi muhim masalalar sirasiga kiradi. Chunki shular asosida yoshlarda axborot iste'mol madaniyati shakllanadi. Shuning barobarida axborot-kommunikatsiya vositalari yoshlar ta'lim jarayonining muhim qismiga aylanar ekan, turli ommaviy axborot vositalari materiallari, xususan, xalqaro hayot, boshqa davlatlar aholisining yashash tarzi haqidagi tahliliy axborot materiallari, xalqaro xarakterdagi reklamalarni uzatishda ularning davlatimiz yoshlari dunyoqarashiga qanday ta'sir etishi mumkinligini hisobga olish zarur. Yoshlarning internet tarmog'iga ko'p tashrif buyurishini e'tiborga olib, tarmoqda milliy axborot tizimi va manbalarini yanada boyitishga harakat qilish kerak. Yoshlarning internetdagi

axborot xurujlaridan himoyalashda shu davrgacha global makonda milliy axborot manbalarini kuchaytirish tajribalarini o‘rgangan holda, o‘zbek tilidagi foydali saytlar mazmunini boyitishga intilish zarur bo‘ladi. Zamonaviy jamiyatda ijtimoiy modernizatsiya jarayoni, fuqarolik jamiyatining shakllanish jarayonlari, albatta, XXI asrda yashovchi shaxsning mediamadaniyati va mediasavodxonligi bilan uzviy bog‘liq.

Davlat jamiyatni nafaqat boshqarishi, balki odamlar bilan murosa qila olishi ham kerak. Ikkinchisi ko‘pgina muammolar yechimiga xizmat qiladi. Demak, majburlash yoki qo‘rqitishdan ko‘ra, kelishish va ko‘ndirish ming chandon afzal. Buning uchun ma‘muriy-buyruqbozlik usuli yumshoq ko‘rsatmalarga almashtirilsa kifoY.

Zamonaviy istilohda bunday yondashuv “turtki berish nazariyasi” (ingliz tilida “nudge theory”), deb yuritiladi. Uni amerikalik iqtisodchi, Chikago universiteti professori Richard Taler yaratgan. 2017 yilda olim mazkur sohadagi izlanishlari uchun Nobel mukofotiga sazovor bo‘ldi.

Taler inson aqlli mavjudot bo‘lishiga qaramay, o‘z xatti-harakatlari va qarorlarida hamma vaqt ham oqilona yo‘l tutmasligini isbotlab berdi. Vaholanki, an’anaviy iqtisodiyotda bunga tamoman teskari qarash hukmron. YA’ni shu choqqacha insonga ratsional individ sifatida qaralgan.

Turtki berish nazariyasi esa tez orada ushbu fikrni chippakka chiqardi. Chindan ham real hayotda biz bilib-bilmay mantiqqa zid ishlar qilib qo‘yishimiz mumkin. Masalan, avtomobil sotib olmoqchi bo‘lgan oila uning rusumi, hajmi va rangini oldindan o‘ylab qo‘yganiga qaramay, negadir xarid vaqtida mutlaqo boshqa to‘xtamga keladi. Shunga o‘xshash holatlar juda ko‘p. Bunday jumboqli psixologiya ilmda “qiziqishga asoslangan iqtisodiyot” tushunchasining paydo bo‘lishiga turtki berdi.

U dunyoning 160 dan ziyod mamlakatida mavjud. 30 dan ortig‘ida turtki berish nazariyasi davlat boshqaruvi sektorida joriy etilgan va bu bo‘yicha maxsus tuzilmalar faoliyat ko‘rsatmoqda. AQSH, Buyuk Britaniya, qator Yevropa mamlakatlari mazkur metod yordamida yuqori natijalarga erishdi. Maktab o‘quvchilarida sog‘lom ovqatlanish ko‘nikmasini shakllantirish, soliq to‘lovlari bo‘yicha qarzdorlikni bartaraf etish, ko‘chalarni chiqindilardan tozalash, yo‘l harakati qoidalariga itoatkorlikni kuchaytirish kabi ijtimoiy ahamiyatga molik dolzarb masalalar ijobiy hal etilgan. Demak, “yumshoq” ko‘rsatmalarni O‘zbekistonda ham bemalol tatbiq etsa bo‘ladi. Shu maqsadda BMT Taraqqiyot dasturi “Samarali davlat boshqaruvi hamda raqamli transformatsiya jarayonlariga ko‘maklashish” loyihasini ishlab chiqdi.

«**Yumshoq kuch**» – majburlash yoki qo‘rqitishdan ko‘ra odamlar bilan yumshoq tarzda murosa qilish, kelishish, muammolarni yumshoqlik bilan hal qilish demakdir.

«Yumshoq hukumat» – «yumshoq kuch» usulida faoliyat yuritayotgan hukumat sifatida baholanadi.

Turli munosabatlarda AQSH ma'muriyati foydalanadigan texnologiya – «soft power», ya'ni, «yumshoq kuch» yoki «yumshoq hukumat» nomi ostida ma'lum. Shu nomdagi konsepsiyani Garvard universiteti professional Djo Nay ilmiy muomalaga kiritgan. Uni, albatta, AQSH global hukmronligini mustahkamlash uchun rivojlantirgan. Ushbu konsepsiyaga ko'ra, hozirgi millatlar, qoidaga ko'ra, hokimlikka erishishning uchta asosiy usuliga ega: birinchidan, kuch ishlatishni tahdid qilish yo'li bilan; ikkinchidan, mukofotlar yordamida kelishuvga erishish yo'l bilan; uchinchidan, hokimlikka ishontirish kuchi, madaniy ta'sir etish kuchi, nufuzli namuna kuchi orqali erishiladigan «yumshoq kuch» yoki «yumshoq hukumat» usulidan foydalanib.

«Yumshoq kuch»ni o'zining mamlakat va jamiyatni tashkil qilish modeliga boshqa mamlakatlar va jamiyatlarni jalb qilish uchun boshqaruvda jalb etuvchan madaniy modellardan foydalanish texnologiyasi deb atash mumkin. Yangi tarixda aynan amerikaliklar bu texnologiyadan, faqat o'z manfaatlari yo'lida samarali foydalanishni o'rganib olgan millatlardan biri bo'ldi.

«Google», «Yahoo», «AltaVista», «Yandeks», «Rambler» va «Aport» yirik

Demokratiya, inson huquqlari, imkoniyatlar tengligi kabi amerikaning ko'plab qadriyatlari «temir parda» ortida tarqatilgan, ko'plab xalqlarda amerikacha turmush tarziga taqlid qilish, «shtatlardagi» kabi yashash istagini uyg'otgan.

AQShga nisbatan bu muhabbatni nima qilish kerakligini esa oxirigacha o'rgatishmagan. Shu tufayli amerikacha turmush tarzini yoqtirib qolgan odamlar keyinchalik, masalan, SSSR kabi, bu ularga «shtatlardagi» kabi yashash imkonini beradi deb o'ylagan holda o'z qo'llari bilan o'z mamlakatlarini parchalab tashlagan.

Amerikaliklar nima dema, qolgan xalqlar shuni ilib olib, ulardan iltimos qilinishi yoki talab qilinishi bilan takrorlay boshlashining sababi nimada? Chunki AQSH o'tgan yillar davomida insoniyat ko'z oldida dunyodagi eng rivojlangan, gullab-yashnayotgan mamlakat barpo eta olgan bu dunyoning yetakchlari sifatida ulkan nufuzga ega bo'ldi. Ular «soft power» yordamida yumshoqlik bilan xalqlarni ularning yo'l-yo'riqlariga amal qilishga majbur qilardi.

Zamonaviy amerika ma'muriyati tomonidan yo'ldan urilgan ko'plab hukmdor rejimlar islomga nisbatan vaziyatni keskinlashtira boshladi. Amerikacha turmush tarzidan sarmast bo'lgan holda ko'plab musulmonlar islomdan voz kechdi va g'arbona turmush tarzini tanladi.

Yumshoq kuch texnologiyasi yordamida amerika ma'muriyati tomonidan SSSR va musulmon davlatlarda to'laligicha AQShga qaram bo'lgan ziyolilar va elita avlodi tarbiyalab voyaga yetkazildi. Bu avlod, o'z mamlakatining manfaatlarini yoddan chiqarib, to'laligicha AQSH manfaatlarini ta'minlash yo'lida ishlay boshladi.

Butun dunyo bo‘ylab millionlab kishilarning aqlini olgan bu texnologiya ularni shirin tushlar bilan sarmast qilib qo‘ydi, ularning qalbini shunchalik yo‘ldan urdiki, ular o‘z madaniyatini, mamlakati manfaatlarini, o‘z xalqi manfaatlarini osonlik bilan sotib yubordi. Oqibatda bu odamlar SSSRda bo‘lgani kabi ko‘r-ko‘rona o‘z mamlakatini parchalab tashlash, Bolqon yoki Kavkazdagi kabi etnik «tozalash»lar yo‘lini tanladi. Hammasi – «AQShdagi kabi yashash»ga intilgan holda. Lekin vaqt shuni ko‘rsatdiki, ularning barchasi sarob, afsona ekan...

21-asrning 20-asrdan farqli o‘laroq, qaysi davlat «yumshoq kuch»ni ko‘proq ishlatsa, g‘oliblik o‘sha tomonda. 21-asrda tank, raketa yoki askarlar orqali emas, balkim turk seriallari, Koreya pop estradasi, global ingliz tili, Gollivud filmlari va umuman olganda «yumshoq kuch» orqali davlatlarning ma‘naviyati zabt etilmoqda. Bu esa, o‘z navbatida xorijiy davlatlardagi qaysidir bir g‘oyalarning muxlislari sonini ko‘paytirishga yordam beradi...

Demak, bugungi internet-jurnalistlari «yumshoq kuch» haqida puxta bilim va tasavvurlarga ega bo‘lishlari zarur.

On-layn mediamakonda axborotni tayyorlash va uzatishning zamonaviy usullari

On-layn nashrlarga qo‘yiladigan talablar talaygina. OAV faoliyatidagi asosiy maqsad – kommunikatsion makonda axborot yetkazib berish vazifasi o‘zgarmay qoladi. Shuningdek, quyidagi jurnalistik xususiyatlarga ega bo‘lishi darkor:

- ijtimoiy voqeliklarni va jurnalistning ijodiy «meni»ni aks ettirishi;
- axborot manbasi maqomini olishi;
- u yoki bu kommunikatsiya vositalarini yaratadi;
- xalqaro va mahalliy jurnalistik uyushmalari tomonidan qabul qilingan qoida va meyorlarga rioya qilish;

Bugungi kunda yoshlarning 90 foizi axborot, ma‘lumot, qo‘yinki, topshiriqlarni bajarish jarayonida internetga murojaat kilmokdalar. Shu ma‘noda global makonning imkoniyatlari va o‘ziga xosliklarini o‘rganish muhim ahamiyatga ega. Internetdagi mediani tasniflashda M.M.Lukina internet tarmog‘idagi OAVni quyidagi uch guruhga bo‘lib o‘rganishni taklif etadi: «klonlar», «gibritlar» va «originallar».

Mamlakatimizda internet tarmog‘i orqali gipermatn ko‘rinishdagi ijtimoiy ahamiyatga ega axborotlarni tarqatish manbalarini shartli ravishda uch guruhga ajratish mumkin. Kipermakonda yaratilgan va faqat shu makonda virtual ko‘rinishda mavjud internet nashrlari va an‘anaviy gazetalarning elektron shakllari.

Internetga ilk kirib kelgani ham aynan «klonlar» an‘anaviy OAVning elektron shakllari hisoblanadi.

«Klonlar» eski tipdagi kontekstning yangi ko‘rinishdagi ifodasi bo‘lib, to‘laqonli internet OAV hisoblash qiyin.

Misol sifatida «Xalq so‘zi», «Narodnoye slovo», «Hurriyat» va boshqa bir qator an‘anaviy nashrlarni keltirish mumkin.

Eski OAV asosiy negizlaridan foydalansa ham axborot potentsiali va kadrlar resurslari, mustaqil faoliyati, muntazam ravishda yangilanib turishi hisobiga eng yuqori darajali Internet OAV bu «Gibridlar»dir.

Ular o‘z ajdodlaridan juda tezkor va o‘zgachaligi bilan farq qilsa ularni eski kontentini saqlab qolgan.

An’anaviy va yangicha OAV xususiyatlarini birlashtirgan holda faoliyat yuritayotgan «Darakchi» va «Uzbekistan today» gazetolari saytlarini misol qilish mumkin.

Nihoyat, «original OAV» – bu faqat Internetda yaratilgan va axborotlarni Internet uchun ishlab chiqarish, saqlash va tarqatishda tarmoq xususiyatlaridan foydalanadigan, boshqa analoglari yo‘q bo‘lgan Internet mediadir. Bu yangi turdagi media hisoblanib, misol sifatida «Kun.uz», «Daryo.uz», «Gazeta.uz» onlayn nashrlarini keltirishimiz mumkin.

Yuqorida keltirilgan klassifikatsiya ayni ishni ochib berishda muhim o‘rin tutadi. On-layn jurnalistika – mahsulotlarning ilgarigi ifoda uslubi va yangiliklarni yangilashdagi yuqori tezlik, co‘z va suratlarning, bosma va vizual tipdagi kontentning to‘qnashuvidir.

Internetdagi ijtimoiy axborotlar sohasini o‘rganish va shakllantirish va onlayn jurnalistikaning rivojlanish istiqbollari tadqiq etishda muhim sanaladi.

Aynan shu yo‘nalish ko‘pchilik mutaxassislarni ko‘proq qiziqtib, diqqatini tortmoqda bu masala darajada jamiyatni axborot bilan ta‘minlash muammosi bilan bog‘liq.

Bunga sabab, ko‘pchilik hollarda jamiyatni axborotlashtirish, shuningdek yangi tarmoq texnologiyalarini rivojlantirish jarayoni to‘loqonli texnologik va mohiyatiga ko‘ra chuqur ijtimoiy jarayondir.

Shu sababli, biz A.Ratikova taklif qilganidek axborot bilan ta‘minlashdek global jarayon xususiyatlarini kvalifikatsiyalashni unga kompleks ijtimoiy-texnologik revolyusiya sifatida qarashimiz o‘rinlidir.

O‘tkazilgan tadqiqot tahlillari ayni xulosalarga olib keldi: chet el va mamlakatimiz adabiyotida ko‘p yangi mass-media, shuningdek internetda onlayn nashrlar yuzaga kelishi va rivojlanishini ochib beradigan bir qator nuqtai nazarlar ko‘p miqdorda va qiziqarli ma‘lumotlar uchraydi.

Biroq ayni vaqtda «O‘znet»dagi onlayn nashrlar holati, shuningdek O‘zbekistondagi onlayn jurnalistika yetarlicha o‘rganilmagan, tadqiqotimizda ayni nashrlar misolida tahlil, klassifikatsiya qilishga va yetakchi nashrlari bilan taqqoslab o‘rganishga harakat qildik.

Mamlakatimizda internet jurnalistikasini o‘rganayotgan mutaxassislar elektron nashrlarni ikki turga bo‘lishadi:

Bosma va elektron ommaviy axborot vositalarining versiyalari (www.marifat.uz, www.mtrk.uz, www.grand.uz);

Sof internet-nashrlar: an'anaviy OAVda o'z originaliga ega bo'lmagan axborot xizmatlari va portallar. Masalan, www.kun.uz, www.UzDaily.uz, www.gazeta.uz va boshqalar.

(Ba'zi manbalarda uchinchi tur sifatida tarmoqdagi elektron vakolatxonalar – qonun chiqaruvchi organlar, [davlat tizimlari](#), korxonalar, muassasalar, tashkilotlar, harakatlar, partiyalar va boshqalarning vebsaytlari va portallari (www.gov.uz) kiritiladi).

Mazkur bo'linishga ko'ra, birinchi tur-an'anaviy OAVning elektron versiyalarida originalning tuzilishi va mazmuni aks etadi, ikkinchi tur esa Internet – OAV interfaol va multimedia muhitiga mos ravishda o'z tuzilmalarini qurgan va individual media strategiyalarini ishlab chiqqan elektron nashr hisoblanadi. Bugungi kunda o'zbek onlayn-jurnalistikasi avholini qoniqarli deb bo'lmaydi. To'laqonli ma'nodagi jurnalistikagacha hali juda ko'p qilinadigan ishlar bor. Umuman olganda, bu sohaning oxiriga hali hech kim yetib bormagan. O'zbekiston internet makonida o'zbekcha [onlayn-nashrlar soni juda kam](#), borlari ham haddan tashqari rasmiy, o'qish qiyin bo'lgan manbalar hisoblanadi.

Kontent esa asosan tarjima orqali to'ldiriladi. Asosan ruscha, kundakunora inglizcha manbalardan tarjimala berib boriladi. Achinarlisi, ba'zan O'zbekiston davlat organlari (masalan, TIV) axborotlaridan tarjima qilib beriladi. Shuningdek, fransuz, arab va boshqa tillardan ham tarjimalar – aslida rus yoki ingliz tilidan tarjimalar joylashtirib boriladi.

Kun.uz internet nashri misolida o'rganadigan bo'lsak, kontentning o'ziga xosligini bu har bir xabarda manba borligidir. Manbaga jonli havola (hyperlink) berilgan.



Kun.uz da asosan O'ZA, Turkiston-press, Xalq so'zi va boshqa o'zbekcha gazetalarning saytlari, Daryo.Uz (va onda-sonda o'zbekchada shov-shuvli yozadigan hamma o'zbekcha saytlar), vazirlik, idora va tashkilotlarning o'zbekcha axborotlaridan ma'ba ko'rsatilib (kopi-past) xabarlar beriladi.

Har bir xabarda manba ko'satish, gipermatnlardan foydalanish tajribasini Rossiyaning ommabop

internet

nashri "lenta.ru" faoliyatida o'ziga xos o'rin tutadi.

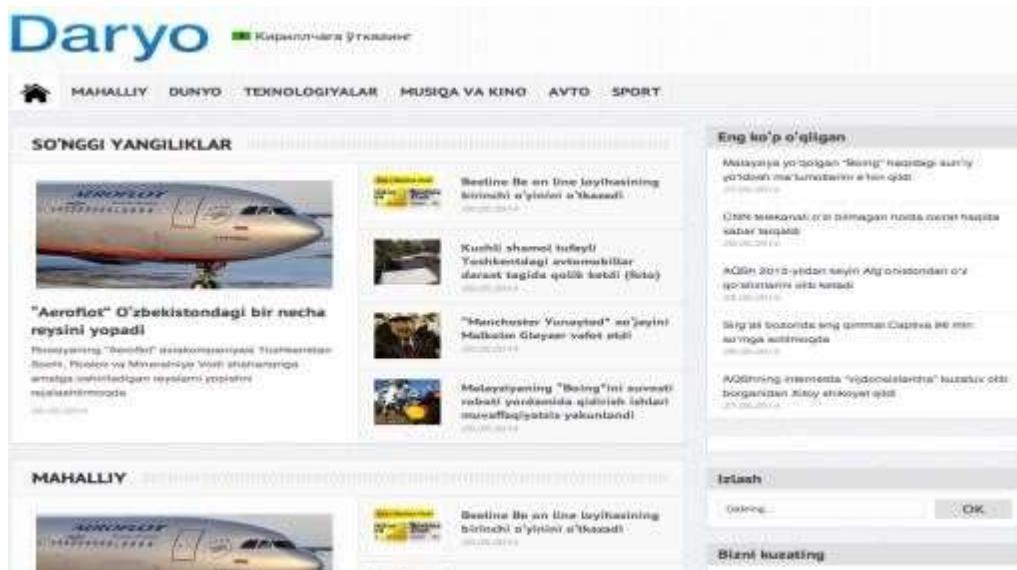
"Kun.uz" da va boshqa o'zbekcha nashrlarda (ruschalarida emas) kontent to'rt xil yo'l bilan shakllantiriladi. Umuman olganda, hozir butun dunyoda shunday:

- 1) Tarjima
- 2) Kopi-past (manba ko'rsatib ko'chirish)
- 3) Ijtimoiy tarmoqlar (OAVga aylanayotgan pabliklar)
- 4) Eksklyuzivlar (kamyob hodisa)

“Lenta.ru” nashrining eng yaxshi an’analari biri – axborotda qaysidir savollar ochiq qolgan bo‘lsa, o‘sha savol ochiq qolgani haqida xabar beriladi – “falon narsa deyilgan, lekin qanday bo‘lgani haqida ma’lumot berilmagan”.

Raqamlarga e’tibor bersak, “Kun.uz” nashrida shu kungacha O‘zbekiston va jahon hayotiga oid 6,5 mingta material e’lon qilingan.

- Lotin yozuvida faoliyatini boshlagan “Daryo.uz” nashri 2014 yil bahorida kirillcha versiyani (avto-transliteratsiya) yo‘lga



qo‘ydi.

Internet — janr haqidagi tushunchalarni o‘zgartirib yuboryapti. Ba’zi janrlar o‘z xususiyatlarini yo‘qotishi, janrlar qorishib ketishi, auditoriya ehtiyoji, talabidan kelib chiqib, yangi janrlar paydo bo‘lishi kuzatilmoqda. Tadqiqotchilardan biri shunday fikr bildiradi: «Internetda an’anaviy matbuot, radio va televideniye janrlari o‘rtasidagi chegaralarning buzilib, janrni hosil etuvchi jihatlar bir-biriga qo‘shilib, uyg‘unlashib ketishiga olib keladi»1.

Internet jurnalistika cheklanmagan makon va gipermatn imkoniga egaligi sababli unda istalgan hajmdagi materialni joylashtirish, surat, ovoz, tasvir bilan boyitish va ta’sirchanligini oshirish mumkin. Tanganing ikki tarafi bo‘lgani kabi buning ham ijobiy, ham salbiy tomoni bor. Cheklanmagan makon istalgan hajmda material joylashtirish imkonini bersada, o‘sha makondan unumli foydalanish, janr xususiyatlarini saqlab qolish mas’uliyatini yuklaydi.

Bugungi kunda insonlarning axborotga olishga bo‘lgan talabi oshib bormoqda. Shu sabab on-layn jurnalistlar va internet auditoriyasi o‘rtasida yangiliklar, ya’ni informatsion janrlarning ortib borayotganini ko‘rish mumkin. www.kun.uz, www.UzDaily.uz, www.gazeta.uz kabi elektron nashrlar aynan axborot janridagi materiallarni beradi va bu saytlar topreytingning oldi qatorlarida turishadi. Masalan,

www.kun.uz saytiga bir kunda o‘rtacha 20 tadan 30 tagacha xabar qo‘yiladi. Saytlar top-reytingining 2-o‘rnida turgan ushbu saytga bir kunda 16574 nafar foydalanuvchi tashrif buyuradi.

Axborot saytlarini kuzatib, ularning tili ham o‘ziga xosligiga, unda aniqlik, lo‘ndalik, tushunarlik yetakchilik qilishiga amin bo‘ldik.

Tadqiqotchilarning fikricha, operativlik birinchi pog‘onaga chiqqan global interaktiv jurnalistikada tezkorlikni uncha talab qilmaydigan ayrim janrlar (ocherk, esse) kamroq qo‘llanilmoqda. Ammo tahliliy janrlar o‘z qimmatini yo‘qotgani yo‘q.

Qolaversa, saytlardagi maqolalarga o‘quvchi o‘z fikrini yozib qoldirish (kommentariylar) imkoni sharh janri elementlari ommalashib borishi, sharhlash jurnalistikasi yangi qiyofada namoyon bo‘lishiga olib kelmoqda.

So‘nggi vaqtlar mamlakatimizda on-layn anjuman, muloqotlar o‘tkazish keng tus olmoqda. «O‘zbekiston madaniyati va san’ati forumi» jamg‘armasi har yili o‘tkazadigan hisobot on-layn muloqoti, www.uzedu.uz saytida Xalq ta’limi vazirligi olib boradigan on-layn muloqotlar, shuningdek, «Kamolot» YOIH tomonidan «Mustahkam oila yili»ga bag‘ishlab o‘tkazilayotgan on-layn suhbatlarni bunga misol qilish mumkin. Mazkur muloqotlar janri ko‘proq blits-intervyuga yaqin turadi. YA’ni bir qancha qatnashchilar ishtirokida u yoki bu mavzu yuzasidan fikr-mulohaza almashinadi, savol-javob o‘tkaziladi.

Internet jurnalistikada rivojlanib borayotgan janrlardan yana biri monitoring – muhim voqea-hodisalarni muntazam kuzatib, ketma-ket tadrijiy rivojlanishini berish, unga doir xabarlarni tezkor yangilab turish kuchayib bormoqda.

Internet jurnalistika janrlari orasida kichik maqola ham alohida o‘rin tutadi. «Internet tarmog‘ida kichik maqolaning deyarli barcha turlari (maqola, anons, annotatsiya, kichik retsenziya, taqriz) keng tarqalgan». Mamlakatimizdagi bosma nashrlarning elektron versiyalari aksariyatida internet auditoriyasi inobatga olinmay, texnik imkoniyatlardan to‘la foydalanmay bosma nashrdagi materiallar qanday bo‘lsa, shundayligicha joylashtirilishi ularda internet jurnalistikaning o‘ziga xos janrlari yuzaga kelishiga to‘sqinlik qilmoqda. Umuman olganda internet jurnalistika janrlari hali to‘laligicha o‘rganilgani, ilmiy asoslangani yo‘q. Global tarmoqda yuzaga kelayotgan yangi janrlarni o‘rganish va tadqiq qilish oldimizdagi vazifalardan biridir.

Internet jurnalistika sohasida biz sanab o‘tgan va shu kabi boshqa muammolar, xususan, yaxshi mutaxassislar, yuqori bilim va malakaga ega internet jurnalistlari yetishmayotgani sabab yuzaga kelmoqda. «Jurnalist kadrlar ilk gazetalar nashr etilgandan 2 asr o‘tgachgina tayyorlana boshlandi. Bu zaruratni matbuotning ko‘payib borishi va ta’siri kuyaayib borishi, faqat yangiliklar emas, tahliliy materiallar, professional sharhlarga bo‘lgan talabning ortishi ham belgilab berdi».

On-layn jurnalistika rivojlanar ekan, internet jurnalistlariga bo‘lgan ehtiyoj ham ortib boraveradi va ayni damda ularga katta talab qo‘yadi.

Internet jurnalistining OAVning boshqa turlarida xizmat qilayotgan jurnalistlardan farqi shundaki, u bir vaqtda televideniye, radio va bosma nashr jurnalisti xususiyatlarini o'zida jamlamog'i kerak. Global tarmoq jurnalisti axborot beradi, mamlakatimiz va dunyoda ro'y berayotgan voqeahodisalarga munosabat bildiradi, o'z bahosini beradi, ham o'sha xabarni surat bilan boyitadi. Internet jurnalisti auditoriyaga yaqin bo'lishi, uni nima qiziqtirishini, u uchun qaysi mavzular dolzarb ekanini bilishi, ba'zi muhim mavzularni oldindan sezishi lozim.

Internet foydalanuvchisi e'tiborini tortish, uning boshqa saytlarga o'tib ketmasligini ta'minlash uchun on-layn jurnalistidan yuksak mahorat so'raladi. Yozgan har qanday xabar yoki maqolasining sarlavhasi, dastlabki 100 ta so'zi, yonida bergan fotosurati (bunda jurnalistdan fotoapparat bilan ishlay olish ko'nikmasiga ham ega bo'lishi talab qilinadi) o'quvchida qiziqish uyg'ota olishiga erishish, shu orqali [sayt reytingi](#), unga tashrif buyuruvchilar sonini oshirish mumkin.

Tadqiqotchilar internet jurnalisti ega bo'lishi kerak bo'lgan sifatlar ustida bosh qotirib, turli xulosalarga kelmoqda. Masalan, filologiya fanlari nomzodi Nargis Qosimova internet jurnalistining 12 qoidasi sifatida quyidagilarni keltiradi:

«Aniq narsa haqida gapirish;
Tayyorlanish va eshitish;
Savollarni ma'lum shaklga solish;
Tinglay olish;
Intrevyuning turlaridan samarali foydalana olish;
Voqealar rivojini kuzatib borish va bayon etish;
Yangiliklarni voqea rivoji asosida yangilab borish;
Til madaniyatiga e'tibor berish;
Yangi talqinlarni yaratish;
Qisqalik va lo'ndalik;
Oqibatlarga nisbatan betaraflik; Vaqt bilan sobitqadam bo'lish».

Rus tadqiqotchilaridan Aleksandr Amzin o'zining «Yangiliklar internet jurnalistikasi» kitobida on-layn jurnalistining 140 qoidasini sanaydi va quyidagi tavsiyalarni beradi:

«Avval eng muhimini, keyin qolganlarini yozing;

Yangiliklar matnida sizning shaxsiy munosabatingiz bo'lmasligi kerak. Hissiyotlarga yo'l qo'ymang;

Siz matn emas, gipermatn yozyapsiz. Shu sabab o'quvchiga tushunarliroq bo'lishi uchun kerakli joylarda ssilkalar qo'yishni unutmang;

Mumkin bo'lgan barcha ijtimoiy tarmoq va blog saytlariga a'zo bo'ling;

Bloglarni o'qib boring – bu voqea-hodisalarga insonlarning haqiqiy munosabatini bilish imkonidir;

HTML tilini o'rganing –kelajakda qanday sohani egallashingizdan qat'iy nazar buning foydasi bor;

Doim birinchi manbani topishga harakat qiling. Qayta so'zlab beruvchilarga ishonmang».

Tahlillar shuni ko'rsatadiki, hozirgi paytda qator saytlar tez-tez yangilanib turilmaydi, ulardagi ruknlarning ayrimlari amalda faoliyat yuritmaydi, maqolalar internet auditoriyasi hisobga olinmasdan, qanday bo'lsa shundayligicha, hech bir havolalarsiz, faqat gazeta chiqqan kundagina joylashtiriladi. Ayrim saytlarda suratlar, reklamalar va boshqa qo'shimcha vositalar umuman berilmaydi.

Mamlakatimizdagi bosma nashr saytlarida mavjud muammolarning yechimi sifatida quyidagilarni taklif etish mumkin:

Avvalo, muharrirning bu masalaga yuzaki qaramasligi, gazeta internet olamida ham o'z o'rniga ega bo'lishi ahamiyatini tushunish.

Sayt ustida faqat [birgina xodim emas](#), bir necha kishi (bosh muharrir, badiiy muharrir, musahhah, dizayner va boshq.) ish olib borishi. Texnik imkoniyatlardan foydalanish, reklama beruvchilarni jalb etgan holda saytning moliyaviy barqarorligini ta'minlash, internet auditoriyasini jalb etish masalalarini ishlab chiqish, bu borada chet el tajribasini o'rganish.

Milliy qadriyatlar, tarixiy meros bugungi fan, san'at va adabiyotimizning eng yaxshi namunalarini global axborot tizimida namoyon etish, unda milliy g'oya, milliy manfaatlarimizga mos bo'lgan ma'lumotlar bazasini yaratishga doir dasturlar ishlab chiqish va joriy etish zarur.

Nazorat uchun savollar:

1. Barcha millatlar, xalqlar uchun birdek qadrlil qadriyat nima?
2. Madaniyatlararo to'qnashuv deganda nimani tushunasiz?
3. Gumanistik qarashlar qanday namoyon bo'ladi?
4. Inson jamiyatda fuqarolik mas'uliyatini his qilgan holda, mediamahsulotlarni qabul qila olishi, yaratishi, tahlil eta olishi va baholashi, zamonaviy medianing ijtimoiy-madaniy va siyosiy mazmunini tushuna olishi uchun qanday bilimga ega bo'lishi kerak?
5. Turli munosabatlarda AQSH ma'muriyati foydalanadigan texnologiya qanday nom ostida ta'riflanadi?
6. Majburlash yoki qo'rqitishdan ko'ra, kelishish va ko'ndirish ming chandon afzal. Buning uchun ma'muriy-buyruqbozlik qanday usulga almashtirish afzalroq?
7. On-layn jurnalistika nima? 8. Internet nima?

Adabiyotlar:

1. Mirziyoyev SH.M. Buyuk kelajagimizni mard va olijanob xalqimiz bilan birga quramiz. –T.: O‘zbekiston, 2017. – 488 b.
2. Mirziyoyev SH.M. Milliy taraqqiyot yo‘limizni qat’iyat bilan davom ettirib, yangi bosqichga ko‘taramiz. 1-jild. –T.: O‘zbekiston, 2017. – 592 b.
3. O‘zbekiston Respublikasining “Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari faoliyatining ochiqligi to‘g‘risida”gi qonuni. –T 2014 lex.uz
4. Karimova V.A., Zaynutdinova M.B. Informatsonniye sistemi.-T.: Aloqachi, 2017.- 256 str.
5. Zemlyanova L.M. Zarubejnaya kommunikativistika v preddverii informatsionnogo obshestva. Tolkoviy slovar terminov i konsepsiy. –M.: Izd. MGU, 1999.
6. Rashidova D.K. Internet kak istochnik jurnalistiskoy informatsii. – T.: Universitet. 1999 g.

2-mavzu Viki saytlar va ularning yuzaga kelish tarixi (2 soat).

- 2.1. Jurnalistning viki saytlardan foydalanishi.
- 2.2. Internetda monitoring jarayonining o‘ziga xosligi, unda statistik ma’lumotlarning qo‘llanilishi
- 2.3. Jurnalistika sohasida illyustratsiyaning roli.
- 2.4. Mobil ilovalar va vizual formatlar.
- 2.5 On-layn muhitda auditoriya va muallif munosabatlari. Turli formatdagi internet axborotining auditoriya tomonidan qabul qilinishi.
- 2.6 Axborot makoni hamda “axborot xuruj”lari sharoitida On-layn materiallarni uzatish va uning ahloqiy jihatlari.
- 2.7 Tarmoq kommunikatsiyalari taraqqiyotidagi zamonaviy tendensiyalar. Gipermatn evolyusiyasi masalalari.

Kalit so‘zlar: axborot jamiyati, onlayn jurnalistika, fuqarolik jurnalistikasi, blogsoha, konvergensiya, raqamlashuv (digitalizatsiya), infoteynment, edyuteynment, infortorial, globallashuv, interaktivlik, ixtisoslashuv va tarmoqlashuv, multimedialilik, gipermatnlilik.

Jurnalistning viki saytlardan foydalanishi.

O‘zbekistonda internet jurnalistikaning paydo bo‘lgan ilk davrda ijod ahli unga jiddiy qarashmagan. Uning istiqboli mavhum tuyulgan.

O‘zbekistonda tom ma’nodagi internet jurnalistika 2000 yillar o‘rtalaridan shakllana boshlagan. Bu albatta texnik taraqqiyot bilan bog‘liq jarayon edi. O‘sha paytlarda internet jurnalistikaning o‘zbek segmentida yangiliklar saytlari barmoq bilan sanarli edi. Ularning yarmidan ko‘prog‘i muxolif saytlar edi.

O'zbekistonda ilk milliy internet festivali 2005 yili o'tkazilgan. Unda xabar nashrlari yo'nalishida hozirgi Uzreport TV asosi bo'lgan uzreport.com sayti 2-o'rinni egallagan. Birinchi va uchinchi o'rinni egallagan saytlar (security.uz, darvoza.uz) hozir ishlamayapti.

Informatsion texnologiyalarning jadallik bilan taraqqiy etishi mamlakatimizda ham internet jurnalistikaning rivojlanishi va ommalashishiga olib keldi. Hozirda Internet jurnalistika O'zbekiston ommaviy axborot vositalari ichida tezkorligi bo'yicha birinchi, auditoriyasining ko'pligi va ta'sir dorasining kengligi bo'yicha televideniya so'ng ikkinchi o'ringa chiqib oldi.

Internet jurnalistika eng tezkor OAV sifatida matbuot, radio, televideniya imkoniyatlarini o'zida jamlamoqda. Endi siz biron axborot bilan tanishish uchun gazeta chop etilishini, TV yoki radioda yangiliklar dasturi boshlanishini kutib o'tirmaysiz. Eng katta internet-nashrlari matn, foto, tasvir, ovoz, infografika kabi elementlardan foydalanib, xabarlarni interaktiv tarzda yetkazmoqda. Internet-radio va Internettelevideniya yo'nalishi ham jadallik bilan rivojlanmoqda.

Hozirda uz milliy domenida 54000 dan ortiq nom ro'yxatga olingan, ulardan 450 tasi OAV sifatida davlat ro'yxatidan o'tkazilgan.

O'zbekiston Respublikasi Axborot texnologiyalari va kommunikatsiyalarini rivojlantirish vazirligi taqdim qilgan ma'lumotlarga ko'ra, 2018 yil yanvar oyi holatiga ko'ra, O'zbekistonda internet foydalanuvchilari soni 20000000 kishidan oshgan. Bu o'tgan yilgiga nisbatan 5,3 mln.ga ko'p bo'lib, O'zbekiston umumiy aholisining 63 %i global tarmoq foydalanuvchisiga aylangan. Ularning aksariyati internetdan mobil telefonlari orqali foydalanadilar. O'zbekistondagi mobil telefon abonentlari soni esa 22800000 kishidan oshgan. Taqqoslash uchun: mamlakatimizda internet foydalanuvchilari soni 2000 yili 7500, 2005 yili 675000, 2010 yili 6500000, 2015 yili 10200000 kishini tashkil etgan.

2017 yilda internet foydalanuvchilarining keskin oshishi o'tgan yilda mamlakatimizda amalga oshirilgan islohotlar, erkinliklar samarasi hamda ularning internet saytlarida batafsil va tezkor yoritilishi bilan bog'liqdir.

Prezident matbuot xizmatining isloh qilishi va samarali faoliyat yuritishi on-layn jurnalistikaga ham o'z ta'sirini o'tkazdi. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Oliy Majlisga murojaatnomasining internetda jonli olib berilishi jurnalistika tarixida katta voqea bo'ldi. Ilk bor mana shunday oliy darajadagi tadbir o'sha vaqtning o'zidayoq xabar saytlarida yoritildi, tahlil qilindi, butun dunyodan munosabatlar bildirildi. Avvallari bunday uchrashuvlar o'tib bo'lgandan so'ng bir qancha qaychilashlardan so'ng efirga uzatildilar. Ba'zi tadqiqotchilarning hisobiga ko'ra, ushbu murojaatnomani internetda 4000000 kishi kuzatdi.

ЎЗБЕКИСТОННИНГ ОНЛАЙН АХБОРОТ КАНАЛЛАРИ

	Сайт номи	Ташрифлар сони (07.02.2018)
1	Daryo.uz	324 418
2	Kun.uz	299 101
3	Gazeta.uz	57 782
4	Podrobno.uz	49 057
5	Qalampir.uz	32 694
6	Xabar.uz	28 877
7	Uznews.uz	26 597
8	Sof.uz	23 680
9	Nuz.uz	22 168
10	Uza.uz	11 653



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

Bugun internetning o‘zbek segmentida eng ommaviy saytlar daryo.uz va kun.uz yangilik saytlaridir. 2018 yil 13 fevral holatiga ko‘ra, daryo.uz saytiga bir kunda 349 920 kishi (2 719 266 ta sahifa o‘qilgan), kun.uz saytiga esa 328 412 kishi tashrif buyurgan (1 526 726 ta sahifa o‘qilgan). Ushbu saytlarga o‘tgan yilning shu davriga nisbatan 30 foiz ko‘p foydalanuvchi tashrif buyurgan.

O‘zbekistonning internetdagi eng katta axborot kanallari hisoblangan daryo.uz va kun.uz saytlariga kungacha 90-110 tadan material kiritiladi. Ularning ijtimoiy tarmoqlardagi kuzatuvchilari soni 1 000 000 kishidan oshadi. Masalan, kun.uz saytini ijtimoiy tarmoqlarda jami 1 265 870 kishi kuzatadi (Telegram – 256399, Facebook – 175971, Twitter – 19500, Instagram – 709000, Youtube – 105000).

O‘zbekiston Respublikasi Axborot texnologiyalari va kommunikatsiyalarini rivojlantirish vazirligi muassisligidagi xabar.uz sayti yangi tashkil etilganiga qaramay, kungacha 40000 kishilik auditoriyani yig‘a oldi. Saytda davlat va jamoat tashkilotlari haqida tanqidiy, tahliliy materiallar muntazam e‘lon qilib borilmoqda.

O‘zbekiston Milliy axborot agentligining uza.uz sayti TASS va O‘zTAGdan qolib ketgan eski qoliplardan voz kechib, maqolalarni erkin tarzda berayotgani, fikr aytuvchilar uchun minbar-platforma yaratgani, tanqidiy maqolalarni qisqartirmasdan chop etayotgani sababli auditoriyasi ham kengaydi. Ba’zi kunlari sayt o‘quvchilari soni 15-20 000 ga ham yetdi.

Ma’lumki, butun dunyoda bosma ommaviy axborot vositalari qiyin davrlarni boshdan kechirmoqda. Gazeta va jurnal tirajlari har yili tushib bormoqda. Aksincha ularning elektron versiyasiga talab ortmoqda. Har haftada 3,2 million nusxada chop

etilgan AQShning eng mashhur yangiliklar jurnali “Newsweek” 2013 yildayoq to‘liq elektron variantga o‘tdi, bosma nashri tugatildi.

O‘zbekistondagi barcha bosma ommaviy axborot vositalari ham hozirdanoq elektron versiya va doimiy yangilanadigan saytni yo‘lga qo‘yishmasa, ertaga auditoriyani yo‘qotib qo‘yishlari hech gap emas. Bu borada “Darakchi” va “Hordiq” gazetalarini oldinroq harakat qilgan edilar. Hozirda ushbu gazetalarining kunlik o‘quvchilari soni 20000 dan oshgan. Gazetalarining sayti uning bosma versiyalari uchun reklama vazifasini ham bajaradi. Shuningdek, gazetaga sig‘magan yoki chop etilguncha eskirib qoladigan istalgan maqolani saytda e‘lon qilish mumkin.

So‘nggi oylarda “Xalq so‘zi” gazetasining sayti ham ancha jonlandi. Unda kundalik xabarlar bilan birgalikda o‘tkir tanqidiy maqolalar, mushohadaga chorlovchi materiallarning muntazam e‘lon qilib borilishi sayt va gazetaning ommalashuviga sabab bo‘lmoqda (kuniga 3500 kishi). “Uzbekistan Today”, “O‘zbekiston ovozi” gazetalarining onlayn versiyalarini ham kuniga 1000-1500 foydalanuvchi kuzatmoqda.

Hozirda O‘zbekiston Markaziy Osiyo davlatlari orasida internet jurnalistika taraqqiyoti borasida Qozog‘istondan so‘ng ikkinchi o‘rinda turibdi. Qozog‘istonda internet foydalanuvchilari soni 10 million kishi bo‘lib, umumiy aholining 56 foizini tashkil etadi. Mamlakat internet segmentida yangiliklar saytlari ommaviy bo‘lib, eng katta xabar portali tengrinews.kz saytiga kuniga 600 000 dan ortiq foydalanuvchi tashrif buyuradi.

Markaziy Osiyo davlatlarining barchasida yangiliklar saytlari eng ko‘p kiriladigan saytlardir. Rossiya va boshqa rivojlangan davlatlarda ommabop saytlar ro‘yxatini milliy internet korporatsiyalari egallagan (Rossiyada — Yandex, AQShda — Google, Xitoyda — Baidu). O‘zbekistonda ham ma‘lumotlar qidiruvi, elektron pochta, yangiliklar, videoxosting, tarjimon, savdo platformasi, disk, ob-havo, ensiklopediya, ish izlash kabi yuzlab servislarni jamlagan, kuchli himoyalangan va qulay ishlash tizimiga ega bo‘lgan milliy internet korporatsiyasiga ehtiyoj bor. Aks holda axborot xavfsizligi haqida qancha qayg‘urmaylik, boshqa servislarga qaram bo‘lib qolaveramiz.

Axborot makoni hamda “axborot xuruj”lari sharoitida On-layn materiallarni uzatish va uning ahloqiy jihatlari

Jahon ilmiy texnik taraqqiyotining hozirgi bosqichi yangi axborot texnologiyalarining shiddatli rivoji va hayotga keng tatbiq etilishi bilan e‘tibordir. Hayotimizning barcha sohalariga tobora singib borayotgan axborot inqilobi xalqaro hamkorlikni rivojlantirish imkoniyatlarini ochib bermoqda. Natijada shunday yaxlit axborot makoni shakllanib, unda axborot – milliy boyliklarining muhim qismiga, uning strategik resursiga aylanmoqda. Unga ko‘ra, muloqotimizga yangi “axborot

makoni”, “axborot shovqini”, “axborot taqchilligi”, “axborot ehtiyojlari”, “axborot siyosati” va “axborot xuruji” kabi tushunchalar kirib kelmoqda.

AQShda Internetdan o‘z maqsadlari yo‘lida foydalanishni birinchi bo‘lib Pentagondagi harbiylar boshlagan edi. Internet bilan bog‘liq bo‘lgan loyihalardan saxovatini ayamagan davlatning kuch-quvvati tez orada AQShning ana shu sohadagi ustunligini ta‘minladi. Yaponiya hukumati ham o‘z axborot texnologiyalarini undan kam bo‘lmagan kuchli himoya bilan ta‘minlay oldi. Chunonchi, mutaxassislar axborot sohasida hozircha eng muhim deb hisoblayotgan hujjatlardan biri 2000 yilning iyul oyida Yaponiyadagi 26 yillik uchrashuvda jahondagi yirik sakkiz davlat (G-8) o‘rtasida qabul qilinganligini e‘tirof etish mumkin. Ushbu hujjat “Global axborot jamiyati to‘g‘risidagi Okinava Xartiyasi” (Okinawa Charter on Global Information Society) deb nomlanib, unda davlatlarning mazkur jamiyatga a‘zo bo‘lish sharti va asoslari ko‘rsatib o‘tildi. Bu hujjatning qabul qilinishi, bir tomondan axborot va axborotlashtirishning rivojlanayotgani va jamiyat hayotining tarkibiy qismiga aylanayotganini e‘tirof etadi. Shuningdek, yer yuzida yagona axborot makoni yaratishga intilish ifodasi bo‘lsa, ikkinchidan bunday taraqqiyot oqibatida kelib chiqishi mumkin bo‘lgan turli salbiy holatlarga qarshi turish uchun huquqiy asos yaratish zaruriyatini anglatadi. Shu bilan birga, ushbu hujjat bugungi kundagi mavjud ijtimoiy-siyosiy tizimni axborotlashtirish o‘ta muhimligini ham tasdiqlaydi.

Manbalarga ko‘ra, globallashuv sharoitida axborot xavfsizligini ta‘minlash borasida faollik XX asrning 70-yillaridan buyon amalga oshirib kelinmoqda. 1976 yildan 2004 yilga qadar Birlashgan Millatlar Tashkiloti tomonidan globallashuvning salbiy ta‘siridan himoyalash bo‘yicha Bosh kotibning 10 dan ortiq ma‘ruzasi va xizmat xatlari, shuningdek Bosh Assambleyasining 20 ga yaqin rezolyusiyasi qabul qilingan. Jahonga gegemonlikni da‘vo qiluvchi davlatlar tomonidan mafkuraviy targ‘ibotni amalga oshirish uchun katta mablag‘lar ajratilayotgan ayni bir pallada, har qanday davlat, u sanoatlashgan, jahonda o‘zining munosib o‘rnini egallagan davlat bo‘ladimi yoki endigina mustaqillikni qo‘lga kiritib rivojlanayotgan davlatmi, bundan qat‘i nazar, o‘zining xavfsizligini ta‘minlashga, mamlakat fuqarolarini mafkuraviy tahdidlardan himoyalashga jiddiy e‘tibor qaratadi. Qator rivojlangan G‘arb mamlakatlarida “Axborot urushi”, “psixologik urush” kabi atamalar qo‘llaniladi. O‘zbekistonda esa “mafkuraviy tahdid” deb ataluvchi hodisa hamda “axborot urushi”, “psixologik urush” kabi atamalar mohiyatan birbiriga yaqin turadi. Yetakchi xorijiy mamlakatlar o‘zlarini huddi ana shu axborot-psixologik urushlaridan himoyalashga katta e‘tibor qaratgan.

Prezidentimiz ta‘kidlaganidek, yurtimizga qarshi qaratilgan informatsion xurujlarga zarba berish, biz tanlagan ezgu maqsad va muddaolarni ko‘rolmaydigan chetdagi va o‘zimizdan chiqqan ayrim tili burro shovvozlarni, turli niqoblar ostida o‘zini hammadan dono, bizga eng yaqin yordamchi va maslahatgo‘y qilib ko‘rsatadigan, hatto milliy an‘analarimiz va hayot tarzimizni o‘zimizdan ham

yaxshiroq bilishini da'vo qiladigan kimsalarning soxta urinishlarini fosh etish ham xalqimiz manfaatlarini himoya qilishning amaliy namoyonidir.

Ayni kunda, respublikamizda jamiyatimizga yot bo'lgan g'oyalarning kirib kelishiga qarshi mukammal tizimli kurash olib borish maqsadida, axborot kommunikatsiya tizimlarini takomillashtirish hamda jahon ommaviy axborot vositalarini, internet tizimini nazorat qilish bo'yicha muayyan ishlar olib borilmoqda.

Xususan, "Axborotlashtirish to'g'risida"gi qonun yuridik va jismoniy shaxslar tomonidan axborot-kommunikatsiya texnologiyalari hamda Internet tarmog'idan foydalanish yo'nalishidagi milliy xavfsizlikni ta'minlash tizimini yanada takomillashtirish, kompyuter xavfsizligiga tahdidlarni o'z vaqtida aniqlash, oldini olish va bartaraf etish masalalarida ularga yordam ko'rsatish maqsadida qabul qilingan.

Aytish kerakki, axborotlashgan jamiyatgina turli "axborot xurujlari"dan mustahkam himoyalaniishi mumkin. Shuning uchun ham respublikamizda 2014 yil 5 mayda "Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari faoliyatining ochiqligi to'g'risida"gi qonun qabul qilindi. Mazkur qonun ijro hokimiyati organlari faoliyati, yurtimizda amalga oshirilayotgan islohotlarning, davlatning ichki hamda tashqi siyosatining ochiqligi va oshkoraligi, mamlakatimiz va xorijda kechayotgan voqeahodisalar xususida fikrlar xilma-xilligi va siyosiy plyuralizmni ta'minlash, shu bilan birga, axborot-psixologik xavfsizlikni amalga oshirishning muhim asosi bo'lib xizmat qiladi.

Qolaversa, xorijiy mamlakatlar bilan amalga oshiriladigan o'zaro aloqalar ham axborot xavfsizligini ta'minlash masalalari yuzasidan tajriba almashish uchun katta imkon yaratadi. Xususan, 2014 yil poytaxtimizda Koreya internet va xavfsizlik agentligi (KISA) hamda Butunjahon banki bilan hamkorlikda "Aloqa va axborotlashtirish sohasida axborot xavfsizligi: muammo va yechimlar" mavzuida respublika seminari tashkil etildi.

Unda 120 dan ziyod davlat organlarining aloqa, axborotlashtirish va telekommunikatsiya texnologiyalari sohasi mutaxassislari, mas'ul xodimlari, shuningdek, qo'mita tizimidagi Axborot xavfsizligini ta'minlash markazi, "UNICON.UZ" DUK va boshqa muassasalar mutaxassislari ishtirok etdi.

Seminarni tashkil etishdan ko'zlangan maqsad, axborot-kommunikatsiya texnologiyalari hamda internet tarmog'idan foydalanish yo'nalishidagi milliy xavfsizlikni ta'minlash tizimini yanada takomillashtirish, kompyuter xavfsizligiga tahdidlarni o'z vaqtida aniqlash, oldini olish va bartaraf etishning zamonaviy usullarini, axborot xavfsizligini ta'minlashning xalqaro tajribasini o'rganishdan iborat edi.

Shundan ko'rinadiki, xalqaro tajriba ma'lum bir qolipda ishlash tizimini yoqlamaydi. U doimiy ravishda izlanishni, eng so'nggi zamonaviy bilimlar bilan

boyitib borishni talab etadi. Bu borada esa, ozmi-ko'pmi tajriba, yutuqlarga erishmoqdamiz.

Muxtasar aytganda, mazkur vaziyatda milliy OAV "manipulyatsiyaga qarshi manipulyatsiya" tamoyilini qo'llashi maqsadga muvofiqdir.

Agar mahalliy ommaviy axborot vositalari o'z vaqtida auditoriyaning axborotga bo'lgan ehtiyojlarini qondira olmasa, turgan gapki, tashqaridan uyushtirilayotgan axborot xurujlariga keng yo'l ochib berilgan bo'ladi. Bu esa juda xavfli jarayondir.

Tarmoq kommunikatsiyalari taraqqiyotidagi zamonaviy tendensiyalar.

Gipermatn evolyusiyasi masalalari

Yangi axborot texnologiyalari taraqqiyoti ommaviy kommunikatsiya sohasidagi sifat va miqdoriy o'zgarishiga sabab bo'ldi. Bu o'zgarishlar, birinchi navbatda, zamonaviy ommaviy axborot vositalarining tubdan yangicha usullarda faoliyat yuritishiga ta'sir ko'rsatmoqda. Zamonaviy OAV tizimi qiyofasini yangilayotgan, vazifalarining tobora kengayishiga sabab bo'layotgan onlayn jurnalistikaning muhim taraqqiyot tendensiyalariga ega.

Shunday taraqqiyot tendensiyalaridan biri – **raqamlashuv** (digitalizatsiya)dir. Raqamlashuv tushunchasi orqali OAV kontenti va www.journal.fledu.uz ilmiy-metodik elektron jurnal mahsulotlarining barcha shakllari: matn, grafika, tovush, tasvir – barchasining zamonaviy kompyuterlar orqali ishlov berish mumkin bo'lgan raqamli formatga o'tishi tushuniladi. Raqamlashuv OAV materiallarining istalgan ommaviy kommunikatsiya kanallari orqali oson uzatilishiga, auditoriya tomonidan qiyinchiliklarsiz qabul qilinishiga zamin yaratadi.

Chunonchi, raqamli televideniyaning paydo bo'lishi auditoriyaning barcha qatlamlari talab va istaklarini e'tiborga olgan holda televideniye faoliyatini yo'lga qo'yishga va buning barobarida o'z auditoriyasini kengaytirishga yo'l ochdi. Raqamlashuv natijasida internet o'zining keng raqamli format imkoniyatlari bilan eng muhim va cheksiz axborot makoniga aylandi. Hozirgi kunda internet saytlari, turli ijtimoiy tarmoqlar, rasmiy va norasmiy bloglar orqali barcha turdagi axborot shakllari: matn, ovoz, tasvir, fotografiya, infografika, bularga qo'shimcha tarzda animatsiya – barchasi maxsus dasturlar yordamida osongina elektron formatga o'tkazilmoqda, qisqa muddatda montaj qilinib, keng auditoriya e'tiboriga havola etilmoqda. Mazkur raqamli formatdagi axborot materiallari global tarmoqqa joylanishi bilan butun dunyo aholisi uni ko'rish imkoniga ega bo'ladi.

Konvergensiya (lotincha *convergere* – yaqinlashish, qorishish) OAV faoliyatining tubdan yangilanishiga muhim turtki bo'layotgan tamoyillardan biri. Ushbu tushuncha o'zida turli OAVga xos xususiyatlarning bir ommaviy kommunikatsiya kanalida birlashishi, qorishib ketishini ifodalaydi.

Texnologiyalar konvergensiyasi turli axborot tarqatish kanallari: kabel, sun'iy yo'ldoshli TV, mobil aloqalar, simsiz aloqa va boshqalar orqali aholiga axborot

yetkazishga qulaylik yaratadi. Shu bilan birga, matbuot, radio va televideomahsulotlarni o'zida jamlay olgan universal xarakterga ega OAVni shakllantiradi. Natijada auditoriyada ham bir mavzu yoki hodisa yuzasidan dalil va axborotga to'yingan turli shakl hamda formatdagi ma'lumotlarni olish imkoniyati paydo bo'ladi.

Turli OAV kanallarining global makonda faoliyatini yo'lga qo'yishi ularga konvergentsiyalilik imkoniyatini bermogda. Natijada ularning faoliyatida ham sezilarli o'zgarishlar kuzatilmogda. Yangiturdagi OAV yangi ko'rinishdagi janrlarni ham yuzaga keltirdi. Mazkur janrlar ham o'zida konvergentsiya elementlarini shakllantirgani bilan e'tiborlidir.

Jumladan, bugungi kunda televideniya rasmiylikdan uzoqlashgan, ko'proq ijtimoiy-madaniy xabarlarini ko'ngilochar usullar orqali uzatishga xizmat qiladigan infoteynment (information + entertainment), dastlab xorijiy pedagogikada paydo bo'lgan va internet jurnalistikasi taraqqiyoti bilan yanada ommalashgan edyuteynment (education + entertainment), turli xususiy www.journal.fledu.uz ilmiy-metodik elektron jurnal axborot uzatish kanallarida yo'lga qo'yilgan infortorial (information + editorial) janrlari shular jumlasidandir.

Jurnalistik amaliyotda konvergentsiya bir necha ko'rinishlarda namoyon bo'lmoqda:

1. Tayyorlanayotgan jurnalistik materialning konvergentsiyalashuvi – bunda jurnalist tomonidan tayyorlanayotgan har bir material matn, video, audio singari qismlardan tashkil topadi va barcha OAV kanallarida uzatish mumkin.

2. Jurnalist kasbining konvergentsiyalashuvi. Jurnalist multimedia vositalaridan foydalangan holda material tayyorlaydi. U barcha OAV turi uchun ta'sirchan axborot tayyorlash usul va ko'nikmalari bo'yicha yetarli bilimga ega bo'lishi kerak bo'ladi.

3. Axborot bozorining konvergentsiyasi. OAV sanoati telekommunikatsion vositalar va axborot-kompyuter texnologiyalar bilan birlashuvi axborot bozorida yangi ishtirokchilar: sun'iy yo'ldoshli kanallar, internet televideniye, kompyuter kompaniyalari, internet provayderlar kabilarni birlashtirdi.

Konvergentsiyalashuv sharoitida multimediya vositalari, tarmoq xizmatlari, kompyuter texnologiyalari va dasturiy injiniring singari sohalarning imkoniyatlari bitta kommunikatsiya kanaliga birlashadi. Bu esa kelajakda nafaqat OAV tizimi, balki u bilan bog'liq axborot sanoatini ham o'zgartirishi mumkin.

Globalashuv bugungi kunda o'zaro hamkorlik qilish va oshkoralikning umumdunyoviy tendensiyasi sanaladi. Avvallari OAV faoliyati samaradorligi va qamrov doirasi faqat uning axborot tarqatadigan muayyan mamlakat yoki mintaqa hududi bilan belgilangan bo'lsa, hozirga kelib, bu tushunchaning ahamiyati pasaymogda.

Globallashuv va on-layn jurnalistika har qanday hududiy va vaqt chegaralarini yengib o'tmoqda. O'tgan asrning 60-yillarida G.Maklyuen tasvirlagan "global qishloq" tushunchasi bugungi kunda barpo bo'ldi.

Globallashuv axborot uzatish kanallari, axborot manbalarining ko'payishiga, axborot uzatish usullarining yangilanishi va ommalashishiga, mediatashkilotlar, va albatta auditoriyaning kengayishiga keng yo'l ochdi.

So'nggi vaqtlarda mutaxassislar yangi axborot texnologiyalari va ular orqali tarqatilayotgan axborotning dunyo bo'ylab keng tarqalishiga globallashuv samarasi deb qarashmoqda. Bunday vaziyatda axborot sohasidagi texnologik taraqqiyot butun dunyoni qamrab oladi. Agar mamlakatlar bu sohadagi taraqqiyotga alohida e'tibor bermasalar, boshqa davlatlarning axboroti ta'sirida yoki turli axboriy xurujlar ostida qolishi mumkin.

"Axborot asri" deb nom olgan XXI asrda hech qaysi davlat yoki jamiyat o'zini temir devor bilan o'rab yashay olmaydi. Shuni ham e'tirof etish kerakki, globallashuv kuchaygani sari antigloballashuv harakatlari ham yuzaga kelmoqda. YA'ni Xitoy, Hindiston singari davlatlarda tashqi axborot xurujlaridan himoyalanihning turli usul va texnologiyalari yaratilmoqda. Biroq OAV globallashuvini butunlay to'xtatishning to'liq iloji yo'qligi bugun hech kimga sir emas.

Ixtisoslashuv va tarmoqlashuv. Hozirgi kunda OAV globallashuv tendensiyasi orqali juda katta auditoriyani qamrab olish imkoniyatiga ega bo'lsa ham, aksariyat onlayn OAV kanallari bu imkoniyatdan to'liq foydalanishga harakat qilmayapti. Globallashuv sharoitida axborot kanallarining ko'pligi, axborot tarqatish usul va texnologiyalarining bir xillashuvi, axborot bozoridagi keskin raqobat onlayn jurnalistikaning tezkor axborot bilan oson ta'minlashiniga yo'l ochdi.

Fuqarolik jurnalistikasi tushunchasi kirib kelishi bilan axborot yozish va uni tahlil qilish ko'nikmasiga ega bo'lgan har qanday shaxs ham turli rasmiy va norasmiy saytlar, ijtimoiy tarmoqlar va forumlar orqali muayyan voqea haqida axborot uzata boshladi. Bunday sharoitda axborot tarqatish osonlashadi va uning tovar sifatidagi qiymati pasayadi. Shu bois OAV o'z faoliyatini muayyan sohaga ixtisoslashtirib, auditoriyaning tor qatlamlariga xizmat ko'rsatish, ularning qiziqish va axborotga bo'lgan ehtiyojlarini to'liq qoplashga intilish orqali ko'proq samaraga erishishi mumkin.

An'anaviy OAV "point to point", ya'ni "nuqtadan nuqtaga" axborot uzatgan bo'lsa, internet OAV undan farqli ravishda "point to multipoint", ya'ni "nuqtadan kichik nuqtaga" axborotni yo'naltiradi.

Kabel, raqamli, interaktiv va onlayn TV faoliyati aynan shu yo'nalishda qurilgan bo'lib, ular auditoriyaning kichik qatlamlari va yakka shaxsning ham qiziqish va ehtiyojlarini hisobga olib, axborot uzatishga intiladi.

Interaktivlik. ya'ni, ikki tomonlama muloqot auditoriyani nafaol axborot qabul qiluvchidan faol qabul qiluvchiga aylantirdi. Internet jurnalistikasida esa axborot olish, tarqatish va uni qabul qilish endi shu sohaga qiziqqan har qanday shaxs uchun oddiy mashg'ulotga aylana bordi. Har bir internet OAV o'zining axborot materiali uchun alohida forumlar yaratish, qaydlar uchun joy qoldirish orqali auditoriyafikrini tezkor sur'atda o'rganishga, uning qiziqishlarini inobatga olib, axborotni shakllantirishga intila boshladi.

An'anviy OAV faoliyatida jamiyat demokratlashuvining asosiy omillaridan biri sifatida baholab kelingan interaktivlik tendensiyasi jamiyatda oshkorlik, axborotga ochiqlik, plyuralizmning shakllanishi va OAV faoliyatini xalqning orzu-umidlari, qiziqish va ehtiyojlarini hisobga olgan holda yo'lga qo'yishda muhim o'rin tutadi. Internet jurnalistikaning taraqqiy etishi bilan interaktivlik tamoyili eng asosiy va yetakchi taraqqiyot tendensiyalaridan biriga aylandi.

Fuqarolik jurnalistikasi, blogsohaning yuzaga kelishi va ommalashishida www.journal.fledu.uz ilmiy-metodik elektron jurnal auditoriya uchun interaktiv usullardan foydalanishning keng imkoniyatlarini yaratish hal qiluvchi vazifani o'tadi.

Ayrim bloggerlar uchun esa internet forumlar muayyan hodisa yoki mavzu haqida respondentlarning fikrlarini o'rganish, auditoriya fikri bo'yicha turli sotsiologik tadqiqotlar o'tkazish va shu asosda tahliliy jurnalistik materiallar tayyorlash imkoniyatini yaratib berdi. Mazkur holatlarning barchasi internet jurnalistikaning interaktivlik xususiyati bilan yuzaga chiqmoqda.

Gipermatn – boshqa matnli hujjatlarga yo'l ko'rsatuvchi matndir. Bu esa boshqa matnli fayllarga tezda o'tish imkonini beradi. Gipermatnlar yordamida WWW (World Wide Web – butunjahon o'rgimchak to'ri) hujjatlariga ya'ni halqaro kompyuter tarmog'iga kirish va ulardagi ma'lumotlar bilan tanishish mumkin. Gipermatn yordamida nafaqat matnli ma'lumotlarni rangli harakatdagi tasvirlarni, turli videoko'rinishlarni ham tayyorlash mumkin.

Nazorat uchun savollar:

1. O'zbekistonda tom ma'nodagi internet jurnalistika qachondan shakllana boshlagan?
2. O'zbekistonda ilk milliy internet festivali qachon o'tkazilgan?
3. O'zbekiston Markaziy Osiyo davlatlari orasida internet jurnalistika taraqqiyoti borasida nechanchi o'rinda turibdi?
4. Globallashuv sharoitida axborot xavfsizligini ta'minlash borasida faollik qachondan buyon amalga oshirib kelinmoqda?
5. "Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari faoliyatining ochiqligi to'g'risida"gi qonun qabul qilingan?
6. Gipermatn, deganda nimni tushunasiz?

7. Digitalizatsiya, ya'ni, raqamlashuvning eng muhim xususiyati nimada?
8. Texnologiyalar konvergentsiyasining muhim xususiyati nimada?

Adabiyotlar:

1. Mirziyoyev SH.M. Xalqimizning roziligi bizning faoliyatimizga berilgan eng oliy bahodir. 2-jild. –T.: O‘zbekiston, 2017. – 508 b.
2. O‘zbekiston Respublikasining “Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari faoliyatining ochiqligi to‘g‘risida”gi qonuni. –T 2014 lex.uz
3. O‘zbekiston Respublikasining “Axborot erkinligi prinsiplari va kafolatlari to‘g‘risida”gi qonuni. /Axborot va axborotlashtirishga oid normativ-huquqiy hujjatlar to‘plami. –T.: Adolat, 2008.
4. Kalmikov A.A., Koxanova L.A., Internet-jurnalistika, –M.: YUNITI-DANA, 2005.
5. Rashidova D.K. Internet kak istochnik jurnalistiskoy informatsii. – T.: Universitet. 1999 g.
6. Dadaxonov A. Onlayn jurnalistika taraqqiyotining asosiy tendensiyalari. Ma’ruza matni.
7. Qosimova N. Internet jurnalistikaning texnologik asoslari. «Mahorat maktablari» uchun qo‘llanma. –T.: 1912 y.

3-mavzu. Data jurnalistika va uning milliy jurnalistikani rivojlantirishdagi roli (2 soat).

- 3.1. Ma’lumotlar jurnalistikasining zamonaviy ko‘rinishlari.
- 3.2. Jurnalistikada vizuallashtirish.
- 3.3 Data jurnalistika va uning milliy jurnalistikani rivojlantirishdagi roli
- 3.4 Ijtimoiy yo‘naltirilgan jurnalistika.
- 3.5 Jurnalistika taraqqiyotidagi adaptiv yo‘nalishlar.
- 3.6 Ijtimoiy tarmoqlar-madaniyatlararo dialog muhiti sifatida.

Ma’lumotlar jurnalistikasining zamonaviy ko‘rinishlari.

Axborot — butun jamiyat uchun hayotiy zaruratdir. Kishilar o‘zaro kundalik muloqotlarida axborot almashish orqali ma’lum muddat o‘zlari ko‘rmagan, shohidi bo‘lmagan voqelikdan xabar topadilar. Xuddi shuningdek o‘zlari ko‘rgan, guvohi bo‘lgan voqea-hodisalar haqida axborot beradilar. Bu – axborotning eng sodda shaklidir. OAV jamiyatning axborotga bo‘lgan ehtiyojini qondiradi. Ammo ma’lumotlar qayerdan olinadi? Jurnalistning axborot oluvchi asosiy manbasi nima? Ta’kidlash kerakki, manbalar va zahiralar jamiyatning o‘zidir. Jamiyatni, shaxsni o‘rab turgan olamda, hodisalar ko‘p va xilma-xil. OAVning vazifasi ularni ommaga yetkazish. Jurnalist axboroti ijtimoiy jihatdan muhimligi, dolzarbligi, auditoriyaga mo‘ljallanganligi, ommaviy ahamiyatga egaligi, hujjatliligi va tasviriyliги bilan

alohida ahamiyatga ega. Uni izlash, olish va tarqatish jurnalistning kasbiy burchi. Ammo axborot olish huquqi faqat jurnalistning o'zigagina taalluqli emas. Jamiyatning har bir a'zosi shuningdek, bolalar ham bundan mustasno emas. Bu holat xalqaro xuquqiy meyorlarda ham o'z ifodasini topgan. "Fuqarolik va siyosiy huquqlar to'g'risidagi Xalqaro Pakt", "Inson huquqlari va asosiy erkinliklar to'g'risida Yevropa Konvensiyasi" va boshqa xalqaro meyoriy hujjatlarda axborotga ega bo'lish huquqi kafolatlangan. Ushbu huquq tabiiyki, milliy qonunchiligimizda ham o'z ifodasini topgan. O'zbekiston Respublikasi Konstitusiyasining 29-moddasida "Har kim fikrlash, so'z va e'tiqod erkinligi huquqiga ega. Har kim o'zi istagan axborotni izlash, olish va tarqatish huquqiga ega, amaldagi konstitusiyaviy tuzumga qarshi qaratilgan axborot va qonun bilan belgilangan boshqa cheklashlar bundan mustasnodir" deyilgan. Bundan tashqari, 1997 yil 24 aprelda qabul qilingan O'zbekiston Respublikasining "Axborot olish kafolatlari va erkinligi to'g'risida"gi Qonunning 3- moddasida "Har bir fuqaroning axborot olish huquqi kafolatlanadi. Har kimning axborot izlash, olish, tadqiq etish, uzatish va tarqatish huquqi davlat tomonidan himoya qilinadi" deyiladi⁷¹. Axborot erkinligiga daxldor yana bir (2002 yil 12 dekabr) hujjat "Axborot erkinligi prinsiplari va kafolatlari to'g'risida"gi Qonunning 4-moddasida: "O'zbekiston Respublikasining Konstitusiyasiga muvofiq har kim axborotni moneliksiz ⁷¹ [www.lex.uz/pages/getpage.aspx?lact_izlash, olish, tekshirish, tarqatish, undan foydalanish va uni saqlash huquqiga ega](http://www.lex.uz/pages/getpage.aspx?lact_izlash,olish,tekshirish,tarqatish,undanfoydalanishvaunisayqlashhuquqigaega)"ligi qayd etilgan. Global iqlim o'zgarishi mavzusini yoritishda axborot manbalari bilan ishlash jurnalistikaning asosiy xususiyatlaridan biri hisoblanadi. Jurnalist ushbu mavzuni yoritishda uning ichiga kirib borishi, detallarini o'rganishi, bevosita iqlim o'zgarishi bilan bog'liq tabiiy hamda antropogen hodisalarning mohiyatini tushunishi lozim. Iqlim o'zgarishi mavzusida yozayotgan jurnalist o'z qaharmoni sifatida bolalarni tanladigan bo'lsa, ayniqsa shaxsga tegishli bo'lgan (personal) ma'lumotlar bilan ishlashni bilgan taqdirda ham negadir bolalarga aloqador axborotlarni olishda ularni shaxs sifatida ko'rmaslik holatlari uchraydi. To'g'ri, shaxsga taalluqli axborotlar bilan ishlash bo'yicha qonunchilik jurnalistdan o'ta ehtiyotkorlikni talab etadi. Chunki u faoliyat olib boradigan ommaviy axborot vositasining ma'lum nashri jamiyatdagi ijtimoiy vazifani bajarar ekan, har qadamda shaxsiy ma'lumotlar bilan ishlashga to'g'ri keladi. Shu bois, jurnalist insonning, shuningdek bolalarning daxlsiz huquqlarini hurmat qilishi hamda ulardan to'g'ri foydalanishi kerak. Jurnalist axborot olishi uchun, avvalo, o'rganayotgan manbasi haqida yaxshi bilimga ega, so'zamol, xushmuomala bo'lishi lozimki, axborot bergan shaxs u haqda yomon taassurotda qolmasin. Iqlim o'zgarishi mavzusini yoritishda jurnalistlar qanday manbalardan foydalanadilar? Buning uchun: □ Ko'plab manbalarda jurnalistlar ma'lumotlar bazasiga ega bo'lishi borasida turli fikrlar berib boriladi. Bu to'g'ri. Zero, iqlim o'zgarishi bilan bog'liq mavzu keng ko'lamli bo'lib, har bir jurnalist bu yo'nalishda o'z ma'lumotlar bazasini yaratishi zarur. Unga iqlimshunoslar,

mutasaddi tashkilotlar vakillarining (O‘zgidromet, O‘zbekiston davlat tabiatni muhofaza qilish qo‘mitasi, O‘zbekiston ekologik harakati va hokazo) telefon raqamlari, elektron pochталari, manzillari ko‘rsatilgan ro‘yxat kiradi. Mazkur ro‘yxat zarur payti har qanday janrdagi material tayorlash uchun kerakli ma’lumotlarni kelishilgan shaklda (xat, so‘rov, telefon orqali yoki uchrashib) olish imkonini beradi.

Jurnalistikada vizuallashtirish.

Bugungi kunda jahonning turli mamlakatlari uchun birdek amal qilayotgan va qator davlatlar ana shu qoidalardan kelib chiqqan holda o‘z jurnalistlarining kasb etikasini ishlab chiqqan xalqaro tamoyillar 1954 yili Jurnalistlar xalqaro federatsiyasi tomonidan “Jurnalistlar faoliyatining tamoyillari xalqaro deklaratsiyasi”da qabul qilingan edi. 1978 yili esa 400 ming nafar jurnalist YUNESKO bayrog‘i ostida birlashadilar va Deklaratsiya tamoyillarini qayta chiqishadi. Mazkur xalqaro tamoyillar 1978 yildan 1983 yilga qadar dunyoning turli mamlakatlari tashkilotlarining maslahat uchrashuvlarida tasdiqlandi. Jurnalistlarning xalqaro tashkiloti (JOI-MOJ), Jurnalistlarning xalqaro federatsiyasi (IFJ-MFJ), Matbuotning xalqaro katolik uyushmasi (UCIP), Lotin Amerika jurnalistlar federatsiyasi (FELAP), Lotin Amerika matbuot xodimlari federatsiyasi (FELATRAP), Arab mamlakatlari jurnalistlari federatsiyasi (FAJ), Afrika jurnalistlari uyushmasi (UAJ) o‘z navbatida kodekslarini qabul qilib, hudud va jamiyat xususiyatlaridan kelib chiqqan holda axloq meyorlariga o‘zgartirishlar kiritishdi. YUNESKO tashabbusi bilan “Jurnalist kasbiy axloqining xalqaro tamoyillari” qayta tahrirdan o‘tkazilib, 1983 yilning 20 noyabr kuni Parijda bo‘lib o‘tgan Xalqaro jurnalistlar federatsiyasi yig‘ilishida qabul qilindi va u barcha jurnalistlarning axloq kodekslari asosini tashkil etdi. Mazkur tamoyillar quyidagilardan iborat: 99: □ 1-tamoyil. Fuqarolarning xolis axborotga bo‘lgan huquqi □ 2-tamoyil. Voqealarni xolis yoritish — jurnalist burchidir □ 3-tamoyil. Jurnalistning ijtimoiy mas‘uliyati □ 4-tamoyil. Jurnalistning kasbiy adolatliligi □ 5-tamoyil. Jamiyatning axborotga egaligi va OAVda qatnashish □ 6-tamoyil. Xususiy hayot va shaxsga bo‘lgan xurmat □ 7-tamoyil. Jamiyat manfaatlarini hurmat qilish □ 8-tamoyil. Umumiy qadriyatlar va madaniyatlar xilma xilligini hurmat qilish □ 9-tamoyil. Insoniyatga xavf solayotgan urush va boshqa xavflarga qarshi kurash □ 10-tamoyil. Yangi xalqaro axborot va kommunikatsion tartibning rivojlanishi. Bunda jurnalist zamonaviy dunyoda yangi xalqaro munosabatlarga intilish va yangi axborot tartibini o‘rnatish sharoitida faoliyat yuritadi. Axborot sohasida xalqaro munosabatlarning demokratlashuviga hissa qo‘shish jurnalistning burchidir. Mazkur tamoyillar ekologik mavzuda qalam tebratayotgan jurnalistlar uchun ham taalluqlidir. Aksariyat OAV o‘z-o‘zlarini nazorat qilish uchun o‘z tahririyatlari axloq kodekslariga qo‘yidagi bandlarni kiritishmoqda. Bu: 1. Aniqlik; 2. Javob berish imkoniyati; 3. Shaxsiy daxlsizlik; 4. Ta’qib qilmaslik; 5.

Bolalarga nisbatan jinsiy zo‘ravonlik yoki shunga o‘xshash jinoy ishlarini yoritishda ularga jismoniy va ruhiy ziyon yetkazmaslik; 6. Kasalxonalar, moslashuv markazlarida davolanayotgan shaxslarni yoritishda ularga ziyon yetkazmaslik 7. Jinoy ishlarini yoritishda

“aybsizlik prezumtsiyasi”ga amal qilish; 8. Yashirin yo‘llar bilan axborot olishdan qochish; 99 Danelyan N. Osnovniye prinsipi jurnalistskoy etiki\\http://www.my-works.org/text_57875.html 9. Jinsiy zo‘ravonlik qurbonlarining ism-shariflarini ularning roziligisiz bermaslik. 10. Kamsitilishga yo‘l qo‘ymaslik 11. Biznesni yoritishda uning sirlarini egasining roziligisiz oshkor etmaslik; 12. Axborot manbasini muhofaza qilish; 13. Jinoyatchilarga axborot uchun haq to‘lamaslik va hokazo. Axborot madaniyatining ijtimoiy-siyosiy, milliy, ma‘naviy-ma‘rifiy, huquqiy, falsafiy, e‘tiqodiy, iqtisodiy, umuminsoniy aspektlari haqida birinchi navbatda, axborot madaniyatini shakllantiruvchi bosh subyekt – jurnalist qayg‘urishi kerak.100 Axborot kommunikatsion texnologiyalarning rivoji, xususan ijtimoiy tarmoqlar butun dunyoda jurnalistlari uchun zarur, dolzarb axborot manbasi bo‘lib bormoqda. Sir emas xattoki yirik gazeta, televideniye va radiokanallar xam texnogen, tabiiy halokatlar, harbiy harakatlar xususidagi aksariyat axborotni ijtimoiy tarmoqlardan olib tarqatishayotir. Zero, halokat guvohlari o‘zlari shohid bo‘lgan, uyali aloqa vositalariga olgan voqea kadrlari, suratlarini birinchi galda ijtimoiy tarmoqlardagi o‘z sahifalarida berayotgani hech kimga sir emas. Shunga qaramay OAV hamda jurnalistlarning o‘zlarida mazkur kontent bilan ishlashda qaysi axloqiy meyorlarga rioya etish xususida aniq tasavvur yo‘q. Butun dunyoda faoliyat yuritayotgan barcha OAV tahririyatlari uchun aniq axloqiy meyorlarning ishlab chiqish zarurati ayniqsa Bryussel, Anqara, Laxor va Yamanda yuz bergan terroristik harakatlar ko‘zguisida yanada dolzarblashdi. Bunday holatlarda montaj qilingan, fotoshop orqali o‘zgartirilgan faktlarni haqiqat sifatida qabul qilish va noxolis axborot tarqatish juda ham oson. Shuningdek, zo‘ravonlik ko‘rinishlari auditoriya hamda jurnalistlarning ruhiyatiga salbiy ta‘sir ko‘rsatishi ham mumkin. So‘nggi yillarda mazkur holatlarning ko‘payishi va bunday harakatlarning birinchi galda aynan ijtimoiy tarmoqlarda tarqalishi Onlayn yangiliklar assotsiatsiyasi (ONA) tomonidan ijtimoiy tarmoqlar kontenti orqali tarqatilayotgan xabarlar bilan ishlovchi jurnalistlar uchun axloq kodeksini yaratishga undadi. Mazkur axloq kodeksining asosiy maqsadi butun dunyo jurnalist tashkilotlari yordamida ijtimoiy tarmoqlar kontenti bilan ishlashning eng yaxshi namunalarini topish va jurnalistlar uchun harakat standartlarni tavsiya etishdan iborat. Ayni paytda axloq kodeksi Onlayn yangiliklar assotsiatsiyasining rasmiy veb sahifasida berilgan. “Bunday paytlari biz jurnalistlar oldida qiyin vazifa turadi. Biz tezlik bilan, aniq faktlar asosida, bo‘lib o‘tgan hodisa xususida kengroq xabar berishimiz zarur - , deydi Associated Press axborot agentligining ijtimoiy media bo‘yicha muharriri, kodeks mualliflaridan biri Erik Karvin. – Ayni paytda juda ham ko‘p vaqt raqamli kontent dengizidagi axborotni qidirish va u topilgach, qiymatini aniqlash uchun ketadi”. Kodeks ijtimoiy

media kontentidan topilgan yangilik bilan ishlashning 10 ta holatiga bag'ishlangan. Bu yangilikning haqqoniyligini tekshirishdan tortib, kontent muallifining roziligini olishgacha bo'lgan jarayondir. Ushbu qoidalar quyidagilardan iborat:

Ijtimoiy yo'naltirilgan jurnalistika

Bugungi kunda, ayni shu murakkab va qaltis zamonda dunyoda, yonatrofimizda ro'y berayotgan voqea-hodisalarni chuqur idrok etish, ularning tub mohiyatiga yetib borish uchun avvalo odamlarda mustaqil fikrlash va yana bir bor mustaqil fikrlashni shakllantirish talab qiladi. Sababi, turli g'oya va manfaatlar kurashi tobora kuchayib borayotgan hozirgi vaziyatda yolg'onni rost, rostni yolg'on, deb ko'rsatishga urinish, turli soxta ma'lumotlarni tarqatish tobora avj olayapti. Mana shunday sharoitda ommaviy axborot vositalarining roli va mas'uliyati har qachongidan ham ko'ra yuksalib bormoqda.

Yurtimizda istiqloqlarning ilk yillaridan boshlab axborot sohasini isloh qilish, so'z va axborot erkinligi, ommaviy axborot vositalarini jadal va erkin ravnaq toptirishga qaratilgan islohotlar bosqichmabosqich hamda izchil ro'yobga chiqarilayapti. Sohani tartibga soluvchi o'ndan ortiq qonunlar qabul qilindi. Jurnalist professional faoliyatining ishonchli kafolati va himoyasi, OAV mustaqilligi hamda erkinligini ta'minlash, axborot jabhasiga bozor mexanizmlarini joriy etish uchun zarur shart-sharoitlar yaratildi. Keng ko'lamli tashkiliy-huquqiy choratadbirlar hayotga tatbiq qilinishi natijasida esa O'zbekistonda mediatarmoqlar jadal taraqqiy topishi, nodavlat ommaviy axborot vositalari soni ko'payishi kuzatilayotir.

Atrofda sodir bo'layotgan voqea-hodisalar jurnalist mas'uliyatini yanada oshirishni taqozo qilmoqda. Ular o'z so'zi va ishi bilan odamlarni ezgu maqsadlarga yetaklashi, demokratik, ijtimoiy-siyosiy va sotsialiqtisodiy islohotlarni yanada chuqurlashtirish yo'lidagi keng ko'lamli vazifalar bajarilishida ishonchli tayanchga aylanishlari lozim.

Milliy an'analar, aholi mentaliteti va zamonaviy sivilizatsiyaning ilg'or yutuqlarini inobatga olgan holda, bosma ommaviy axborot vositalari materiallarining professional, g'oyaviy va badiiy saviyasini ko'tarish, jamiyatda mahalla roli va maqomini mustahkamlash, onalik va bolalikni muhofaza qilish sohasidagi islohotlar, mustaqil fikr, aniq hayotiy pozitsiya hamda mustahkam ishonchga ega barkamol avlodni voyaga yetkazishga qaratilgan yoshlarga oid davlat siyosati amalga oshirilishining borishi, "ommaviy madaniyat" elementlari va yot g'oyalarning yoshlar ongiga kirib kelishiga qarshi kurashish dolzarb masala.

Mamlakatimizda demokratik islohotlarni yanada chuqurlashtirish va fuqarolik jamiyatini rivojlantirish konsepsiyasida ilgari surilgan 2014 yilda "Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari faoliyatining ochiqligi to'g'risida"gi Qonun qabul qilindi. Bu esa milliy jurnalistika ravnaqida muhim voqeaga aylandi. Chunki mazkur huquqiy hujjat nafaqat davlat organlari tomonidan qabul qilinayotgan qarorlar

haqidagi axborotdan aholi, jamoat tashkilotlari, OAVning foydalanishi mumkinligini ta'minlaydi, balki taqdim etilayotgan ma'lumotlar sifati uchun ularning mas'uliyatini oshiradi. Ochiqlik prinsipi ro'yobida axborot-kommunikatsiya texnologiyalari hamda internetning roli beqiyosdir va boshqa sohalar kabi ommaviy axborot vositalarini ham ilg'or AKTsiz tasavvur etib bo'lmaydi. Ular auditoriyasining asosiy qismini yoshlar tashkil etishini hisobga olsak, ushbu mavzu naqadar dolzarb ekanligi yorqinroq ayon bo'ladi.

On-layn rejimidagi jurnalistika, uning rivoji hamda ommalashuvi butun dunyoda dolzarb tendensiya bo'lib, internet-nashrlari soni, eng asosiysi, sifatini yanada kuchaytirish mamlakatimiz jurnalistikasi taraqqiyotiga yangi turtki beradi. Shu ma'noda, ushbu seminar mutaxassisamaliyotchilar mahoratini oshirish, sohada yig'ilgan tajribani tizimlashtirish, OAV va internet jabhasidagi qonunchilik meyorlarini takomillashtirish bo'yicha tavsiyalar olishga xizmat qiladi.

Shundagina biz axborot sohasida oldimizga qo'yilgan vazifalarni har tomonlama amalga oshirishimiz mumkin. Bular odamlar, ayniqsa, yoshlarning sodir bo'layotgan voqea-hodisalarga ochiq ko'z bilan qarashi, ularda qat'iylilik, mustahkam ishonch va hayotiy nuqtai nazarni tarbiyalashga yo'naltirilgani bilan g'oyatda muhimdir.

Jurnalistika taraqqiyotidagi adaptiv yo'nalishlar

Mutaxassislar fikricha, Adaptatsiya (lot. adaptatio — moslashuv) — 1) organizmning turli yashash sharoitlariga moslashishi; 2) sezgi a'zolarining o'ziga ta'sir etadigan qo'zg'atuvchilarga moslashishi natijasida ularda sezgirlik darajasining o'zgarishi (mas, ko'zning yorug'lik yoki qorong'ilikka moslashuvi). Adaptatsiya hodisasi hamma tashqi sezgilar (ko'rish, eshitish, hid, ta'm, badan sezgisi) ga xosdir. Bu ko'proq tibbiyot va boshqa sohalarga xos tushuncha.

Shunday nazariy fikrlardan kelib chiqqan holda jurnalistikada adaptiv yo'nalishlarni aniqlashtirib olish muhim ahamiyat kasb etadi.

Hozirgi globallashuv jarayonida turli "axborot xurujlari" avj olayotganligi hech kimga sir emas. Shunday ekan, har bir shaxsning qanday axborotga egalik qilishi, uni yig'ishi, qayta ishlashi va tarqatishi albatta ommaviy axborot vositalariga bevosita bog'liq. Aynan OAVning ta'siri va fikri orqali jamiyatning axborot bazasi, ehtiyoji hamda kommunikatsiyaga oid turli talab va istaklari shakllanadi. OAVning ushbu hukmronligi insonlarga ikki yo'l orqali ta'sir qilish imkoniyatiga ega:

- 1) o'z maqsadi yo'lida insonlarni ma'lum harakatlarga yo'naltirish;
- 2) turli ommaviy harakatlar, qarama-qarshiliklarni oldini olish yoki bartaraf etish.

Demak, axborot sohasi global sur'atlar bilan rivojlanib borayotgan hozirgi globallashuv sharoitida, ayniqsa, zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalari, xususan, Internet tizimi rivojlanishi natijasida axborot qabul qilish va uzatishning barcha vositalari keng tarqalib bormoqda. Ushbu davrda ommaviy

axborot vositalarini erkin va jadal rivojlantirishga, axborot sohasining samarali faoliyat ko‘rsatilishini ta‘minlashga qaratilgan qator qonunlar qabul qilindi. Aynan “Axborot erkinligi prinsiplari va kafolatlari to‘g‘risida”gi Qonunning qabul qilinishi natijasida har kim axborotni erkin va moneliksiz olish hamda foydalanishi huquqlarini amalga oshirishda, shuningdek, axborotning muhofaza qilinishi, shaxs, jamiyat va davlatning axborot borasidagi xavfsizligini ta‘minlashda muhim ahamiyat kasb etdi.

Axborotning tez va jadal sur‘atlarda tarqalishi natijasida turli ma‘lumotlarni qabul qilish jarayoni avj olmoqda. Hozirgi axborotlashgan jamiyatni shakllantirishda raqamli televideniye, internet-televideniye, internet-radio kabi aloqa vositalari muhim o‘rin tutmoqda. Bu borada professor Fayzulla Mo‘minov shunday yozadi: “XXI asrning eng katta yutuqlari yutuqlari sifatida ommaviy axborot vositalarining globallashuvi, raqamli texnologiyalarga o‘tish va internet bilan birlashishni aytish mumkin...”

Tabiiyki, internetdek ulkan virtual kenglikdan ommaviy axborot vositalari ham birinchilardan bo‘lib foydalana boshladi. Shunday qilib on-layn jurnalistika vujudga keldi. Buning natijasida esa ommaviy axborot vositalarining yangi sohasi bo‘lgan Internet jurnalistikasi shakllandi.

Xo‘sh, internet jurnalistikasi o‘zi nima va bu borada mahalliy va xorij olimlarining fikri qanday?

Ushbu masala yuzasidan N.Qosimova shunday yozadi: “Bosma OAVning Internet nashrlari va umuman internet jurnalistika doimiy yangilanib turishni taqozo etadi, bunda axborotlar har soatda, xatto, har bir daqiqada yangilanib turishi mumkin. Bu o‘rinda endi aniq bir kun voqealarini emas, balki aniq bitta tadbirning, voqeaning borishini tezkor yoritish nazarda tutiladi. Bunday dolzarblikning uchta imkoniyati mavjud:

- 1) erkin yangilanish – material tayyor bo‘lishiga qarab yangilanadi;
- 2) belgilangan davriylik asosida yangilanish – sayt, aytaylik, kuniga, yoki xaftada bir marta yangilanadi;

O‘zbekistonda xorijiy tillar ilmiy metodik elektron jurnal No

- 3) surunkali yangilanish – xabar va yangiliklar kelib tushishiga qarab saytda joylashtirib boriladi”.

Professor Sanjar Sodiq o‘zining “Radiojurnalistika asoslari” nomli o‘quv qo‘llanmasida: “Internet jurnalistikasi o‘zida bosma matbuotdagi yozma matn ham, radioga xos ovozli sharhni ham televideniyaedagi jonli tasvirni ham mujassamlashtirgan”

Ko‘pgina mutaxassislar OAVning mazkur turini odatiy yoki an‘anaviy ko‘rinishlari bo‘lmish matbuot, radio, TVga qarama-qarshi qo‘yib, “noan‘anaviy” deya izohlaydi. Masalan, “Axborot texnologiyalari va interaktiv internet jurnalistika” qo‘llanmasi muallifi, Dildora Rashidova esa: “an‘anaviy jurnalistika ... jurnalist va

omma o‘rtasidagi maksimal hamkorlikka tayangan interfaol jurnalistikaga o‘rnini bo‘shatib bermoqda. Yangi sharoitlardagi axboriy faoliyat mohiyatini, shuningdek, global tarmoq hususiyatlarini ochib berishda tadqiqotchi quyidagi fikrni keltiradi: “Internet an’anaviy ommaviy axborot vositalariga xos bo‘lgan jami hususiyatlarni o‘zida mujassam etadi, u tezkor, rang-barang ommaviy axboriy mahsulotni tarqatish mexanizmidir, ammo shunga qaramay, uni matbuot, radio va TV bilan bir xil deb bo‘lmaydi”

Uning farqini ko‘rsatish uchun esa ko‘pincha “interfaol jurnalistika”, “noan’anaviy OAV” terminlari uchraydi.

A. Kalmikov va L. Koxanovalar tahriridagi “Internet-jurnalistika” nomli o‘quv qo‘llanmaning “Internet jurnalistika: asosiy tushunchalar” nomli birinchi bobida mualliflar internet jurnalistika haqidagi fikrlarini kengroq yoritib, jurnalistikaning 3 ta ta’rifini qiyoslaydilar.

Birinchi ta’rifga ko‘ra jurnalistika – bu ommaviy kommunikatsiya kanallari (matbuot, radio, televideniye va boshqalar) orqali dolzarb ma’lumotlarni yig‘ish, qayta ishlash va tizimli ravishda tarqatish demakdir. Jurnalistika tomonidan berilayotgan axborot ijtimoiy mohiyatga molik, ijtimoiy fikr O‘zbekistonda xorijiy tillar ilmiy metodik elektron jurnal No va dunyoqarashni shakllantiradigan, jamiyatdagi barcha voqea-hodisalar, jarayonlar, shuningdek, jamiyat hayotining iqtisodiy, ijtimoiy-siyosiy va ma’naviy-ma’rifiy taraqqiyotni shakllantirish lozim.

Ushbu qarash tarafdori bo‘lgan YE. Proxorov fikricha esa, jurnalistika axborot yetkazishdan boshqa vazifalarni bajarmaydi.

“...Axborot jurnalistika va auditoriya o‘rtasidagi vosita bo‘lib, ijtimoiy institut bo‘lgan butun jurnalistika tizimi oldidagi vazifalarni hal etuvchisi hisoblanadi”.

Keltirilgan fikr va ta’riflardan kelib chiqib aytish mumkinki, jurnalistika o‘ziga xos fan sohasi bo‘lib, u bir qator vazifalar bilan birga, turli funksiyalarni ham bajaradi. Bu esa, ushbu fan doirasidagi ma’lumotlarni olish, ular bilan yaqindan tanishish, tahlil qilish va o‘zaro axborot almashinuvida muhim ahamiyat kasb etadi. Hozirgi axborot va kommunikatsiya asrida jurnalistikaning mazmun va mohiyati yanada rivojlanishi va takomillashuvi natijasida uning yangi vazifalari va funksiyalarining shakllanishiga zamin yaratilmoqda.

Bugungi axborot asrida auditoriya jamiyatda sodir bo‘layotgan voqeahodisalar haqidagi ma’lumotlarni an’anaviy ommaviy axborot vositalaridan voz kechib ko‘proq Internet OAVga murojaat qilishi natijasida internet jurnalistika shakllandi.

Ushbu soha bo‘yicha qator mutaxassislar, olimlar o‘z fikr mulohazalarini bildirmoqdalar. Jumladan, rus olimi A. Grabelnikov o‘zining “Rabota jurnalista v presse” nomli kitobida mazkur faoliyat turiga nisbatan “tarmoq jurnalistikasi” atamasini qo‘llaydi.

A. Belous, O. Igoshinalar ham “Ommaviy kommunikatsiya tizimida zamonaviy internet jurnalistikasi” nomli maqolasida internet jurnalistika borasida shunday

yondoshadi: “Internet jurnalistika – bu fenomen emas, balki faktdir. Bugungi kunda har bir nashriyot o‘z Internet kanaliga ega bo‘lib, har bir nashr o‘z elektron formati orqali auditoriya e‘tiboriga keng havola etilgan. Endi Internet foydalanuvchisi nafaqat biror maqolani o‘qish, balki o‘z fikrini bildirib, mavzu yuzasidan tug‘ilgan savollarga nashrning avvalgi sonlariga mashaqqatsiz murojaat qilish imkoniyatiga ega. Elektron OAV turlari an’anaviy OAVga qaraganda ancha hamyonbop. Aynan shu sababli ham massmedialarning asosiy funksiyalaridan biri bu – axborot va ma’lumotni qulay va tez taqdim etish. Shuni ta’kidlash joizki, Internet – OAVning barcha turlarini o‘zida mujassam etgan rasm, video hamda audio – fayllar maqolaga to‘liq biriktirilishi natijasida auditoriya internetda berilgan axborotni batafsil tushungan holda qabul O‘zbekistonda xorijiy tillar ilmiy metodik elektron jurnal No qiladi. Bu, o‘z navbatida, internet jurnalistikasining asosiy hususiyatlaridan biri bo‘lgan multimediyani ifoda etadi”.

Shu bilan birga, Internet muhiti qalam ahli e‘tiboriga o‘ziga xos vositalarni yoki, yanada aniqroq aytganda, nodir instrumentariyni havola etadi, natijada on-line yo‘sinida nashr etishga tayyorlash jarayoni ishtiyoq uyg‘otadigan va, “jilvador”ligi nuqtai nazaridan g‘ayrioddiy jarayonga aylanadi. Shu munosabat bilan, mutaxassislar Internet jurnalistlarga “bir vaqtning o‘zida bir necha darajada: so‘z, dizayn, interfaol usullar, audio, video, fotova yangiliklar dayjestlari darajasida fikrlash”ni maslahat berishadi”.

Bu talabda mantiq bor, chunki teleko‘rsatuvlar va radioeshittirishlarda tasviriy va ovoz axborotlari uzatiladi, matbuotda axborot bosma so‘zda bayon etiladi, on-line axborot esa – barcha yuqorida tilga olinganlarning sintezi bo‘lgani holda, Internetning yutuqlari bo‘lgan – multimediyaviylik va interfaollikni ham qamrab oladi.

Xulosa qilib aytganda shuni aytish mumkinki, bugun mamlakatimizda ommaviy axborot vositalarining turlari ko‘payib bormoqda. Xususan, kishilarning Internetga bo‘layotgan qiziqishi ortishi natijasida jurnalistikaning yangi sohasi – Internet jurnalistikaning shakllanishiga olib keldi. Zotan, internet jurnalistikasi o‘zida bosma matbuotdagi yozma matnni ham, radioga xos ovoz, televideniya dagi jonli tasvirni mujassamlashtirib, internet-radio va internet-televideniya kabi yo‘nalishlarni yaratdi.

Ijtimoiy tarmoqlar – madaniyatlararo dialog muhiti sifatida

Bizning har birimiz ijtimoiy tarmoqlardan turlicha foydalanamiz - Facebook yoki Twitter'dan foydalanish har kimga turlicha ta'sir qiladi, turli hissiyotlarni uyg‘otadi. Buyuk Britaniyaning Bristolidan Aleks Rayli turli davlatlardan bo‘lgan odamlar tushkunlikni qanday yengishlari haqida kitob yozgan. Kitobda ijtimoiy tarmoqlar orqali xafaqonlikdan chiqish yo‘llari haqida ham maslahatlar bo‘ladi. Mazkur maqolada Aleks Rayli o‘zining tushkunlik bilan bog‘liq tajribasini biz bilan baham ko‘radi. Tushkunlik payti Facebook yoki Twitter'ga murojaat qilish Aleksga

yordam berdimi yoki uning holatini yanada yomonlashtirdimi, degan savolga maqoladan javob topishingiz mumkin.

O'tgan yilning noyabr oyida, eshik qoqayotgan kumush qish iliqlik va yorug'lik o'rnini egallayotgan bir paytda, vujudimni zulmat qoplayotganini his qildim.

Ongimni changallay boshlagan tushkunlik g'ayritabiiy ravishda kuchli edi - butun o'tgan yil davomida bundayin shafqatsiz tushkunlik bilan yuzlashmagan edim.

Men tezkor yordamga muhtoj edim. Yana ozgina muddatni yordamsiz o'tkazganimda o'z jonimga qasd qilish haqidagi hayollarim haqiqatga aylanar edi.

Tushkunlikka tushishimga qadar men murojaat qilgan psixoterapevt vaziyat og'irlashgan taqdirda «Samaritanlar» (Buyuk Britaniyadagi og'ir vaziyatlarda odamlarga yordam ko'rsatishga asoslangan milliy ko'ngillilar tashkiloti) bilan bog'lanishimni maslahat berdi.

Yaqinlarim uchun atrofdagi hamma narsaga qiziqishi so'nib, o'z qobig'iga o'ralib olgan meni ko'rish og'irligini yaxshi anglar edim.

Yaqin odaming butunlay tushkunlikka tushib qolgan vaziyatda unga yordam bera olmaslik seni yanada azobga soladi va shu tariqa tushkunlik butun atrofingdagilarga ham «yuqa boshlaydi».

2010 yildan beri o'tkazilgan bir necha tadqiqot natijalari ijtimoiy tarmoqlar, masalan, Facebook'dan uzluksiz foydalanish tushkunlik, hech qursa, uning simptomlarini keltirib chiqarishi mumkinligini ko'rsatadi.

2016 yili Amerikda o'tkazilgan tadqiqotda 19 yoshdan 32 yoshgacha bo'lgan 1787 nafar odam ishtirok etadi. Yakuniy xulosalarga ko'ra, shaxs ijtimoiy tarmoqdan qancha uzoq vaqt davomida foydalansa, undagi tushkunlik darajasi ham mutanosib ravishda o'sib boradi.

Shaxs qanchalik ijtimoiy tarmoqqa bog'lanib qolsa, unda umidsizlik, maqsadsizlik va irodasizlik hislari kuchayib borishi tadqiqot davomida aniqlangan.

Biroq ko'plab mutaxassislar buning hammasiga Facebook aybdor degan fikrda emas. Azaldan tushkunlikka moyil va ayni tushkunlik holatidagi odamlar ko'proq vaqtini ijtimoiy tarmoqlarda o'tkazishi ehtimoli ham mavjud.

«Tushkunlikdan azob chekayotgan, yashash qadrini anglay olmayotgan shaxslar ruhiy og'riqlarni yengillatish maqsadida ijtimoiy tarmoqlar tomon chopishi mumkin», deb yozadi tadqiqotchilar.

Albatta, odamlar bilan yuzma-yuz muloqotda bo'lgandan ko'rinmas va shaxsi noma'lum suhbatdoshlar bilan ijtimoiy tarmoqlar orqali aloqaga kirishgan ma'qulroq. Bunday suhbatlarni nazorat qilish, kerakli joyda to'xtatish osonroq va istalgan paytda ularga qaytish mumkin.

Shuningdek, ijtimoiy tarmoqlar ruhiy holatga ijobiy ta'sir qilishi mumkinligi to'g'risida ham dalillar mavjud - o'zini jamiyatdan ajralib qolgan, hayotdan uzilgan deb hisoblaydigan odamlar ijtimoiy tarmoqlar orqali ayni ruhiy holatdagi shaxslar bilan muloqotga kirishib, ijobiy hayot tarziga qaytishlari mumkin.

Bugun ijtimoiy tarmoqlar – madaniyatlararo dialog muhitini yaratgan ekan, bu mafkura maydonida milliy o‘zligimiz uchun kurashmog‘imiz shart.

Nazorat uchun savollar:

1. Axborotlashgan jamiyatni shakllantirishda qanday aloqa vositalari muhim o‘rin tutmoqda?
2. On-layn jurnalistika qanday vujudga kelgan?
3. “Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari faoliyatining ochiqligi to‘g‘risida”gi Qonun qachon qabul qilingan?
4. Internet jurnalistikasi qay tariqa shakllandi?
5. An’anaviy jurnalistika o‘rnini qanday jurnalistikaga egallamoqda?
6. OAVning asosiy vazifasi nima?
7. Internet jurnalistikasining eng afzal jihati nimada?
8. Hozirgi kunda madaniyatlararo dialog uchun eng qulay qaysi vositani bilasiz?

Adabiyotlar:

1. Mirziyoyev SH.M. Xalqimizning roziligi bizning faoliyatimizga berilgan eng oliy bahodir. 2-jild. –T.: O‘zbekiston, 2017. – 508 b.
2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining farmoni. Axborot sohasi va ommaviy kommunikatsiyalarni yanada rivojlantirishga oid qo‘shimcha choratadbirlar to‘g‘risida. –Toshkent shahri, 2019 yil 2 fevral. // <http://uza.uz>
3. Karimova V.A., Zaynutdinova M.B. Informatsionniye sistemi.-T.: Aloqachi, 2017.- 256 str.
4. Lukina M.M., Fomicheva I.D., SMI v prostranstve Interneta. –M.: MGU, 2005.
5. Rashidova D.K. Internet kak istochnik jurnalistskoy informatsii. – T.: Universitet. 1999 g.
6. Dadaxonov A. Onlayn jurnalistika taraqqiyotining asosiy tendensiyalari. Ma’ruza matni.
7. Asranova S. Axborot xurujlaridan ogoh bo‘laylik. Ma’ruza matni.
8. Qosimova N. Internet jurnalistikaning texnologik asoslari. «Mahorat maktablari» uchun qo‘llanma. –T.: 1912 y.

4-mavzu. Longrid tushunchasi. Longrid yaratish uchun platformalar medium.com va tilda.com. (2 soat).

- 4.1. Longrid tushunchasi.
- 4.2. Longrid yaratish uchun platformalar medium.com va tilda.com.

4.3. Longriddagi ovoz soundcloud.com. “Tirik” foto - thinklink.com.

4.4. youtub.comning longriddagi videolarni yaratishdagi o‘rni.

4.5 Jurnalistik faoliyati uchun tarmoq ommaviy kommunikatsiya vositalari imkoniyatlaridan foydalanishning yangi usullari.

4.6 Videoformat. Audioformat. Animatsiya. Simvollar. Matn va gipermatn.

Longrid tushunchasi.

Longridlar – data jurnalitikaning ajralmas qismi sifatida bugungi kunda tan olingan yo‘nalishlardan biri. Mazkur axborot uzatish texnologiyasi iqlim o‘zgarishi bilan bog‘liq masalalarni yoritishning eng qulay va ta’sirchan shakllaridan biridir. 58 Biografiya Florens Naytingeyl. http://www.sisterflo.ru/flo/biography_flo.php 59 http://moscow.pink/univac_4563334.html 60 Jurnalistika dannix v perspektive. http://ria.ru/files/book/_site/ 61 <https://salaries.texastribune.org/> Longrid (ing. “long read” – uzoq o‘qish) – bu hajmli axborotni internetda uzatishning qulay usuli. Ma’lumki, katta matnlarni o‘qishga bugungi kunda hech kimning vaqti yo‘q. Longrid esa o‘z ichiga matn bilan birgalikda aynan shu mavzudagi videorolik, infografika, taqdimot, fon beruvchi musiqa, suratlar, iqtiboslarni olgan majmuaviy materialdir. Ularning barchasi o‘zaro bog‘liq bo‘lib, bir birini to‘ldirib turadi. Longridda mantiqiy bog‘liqlik, qismlarining (video, audio, infografika va hokazo) uyg‘unligi – illyustrativ qator, shrift, ranglarning hajmi va sonining bir xilligi muhim. Longrid bir butun hikoya sifatida qabul qilinishi lozim. YA’ni, sizning materialingizni ochgan foydalanuvchi yoritilayotgan mavzuning ichiga kirishi lozim. Longridning yana bir xususiyati axborotni xilma xil tarzda namoyish etish bilan birgalikda, ko‘tarilayotgan masalani har tomonlama tahlil etishdir. Bu haqiqiy yangi ko‘rinishdagi tahliliy materialdir. Longrid muallifining maqsadi – global iqlim o‘zgarishi haqida umumiy tushuncha berish bilan birgalikda, foydalanuvchi hududida bevosita havo isishi, ifloslanishi, uning oqibatlari, aholining moslashuvi xususida qiziqarli hikoya qilish, bir xil tarzda chaynalgan, ammo dolzarb mavzuni mutlaqo o‘zgacha nuqtai nazardan uzatishdir. Bugungi kunda longridlarning bir necha turini ajratib ko‘rsatish mumkin:

Longrid yaratish uchun platformalar medium.com va tilda.com.

Longrid bir butun hikoya sifatida qabul qilinishi lozim. YA’ni, sizning materialingizni ochgan foydalanuvchi yoritilayotgan mavzuning ichiga kirishi lozim. Longridning yana bir xususiyati axborotni xilma xil tarzda namoyish etish bilan birgalikda, ko‘tarilayotgan masalani har tomonlama tahlil etishdir. Bu haqiqiy yangi ko‘rinishdagi tahliliy materialdir. Longrid muallifining maqsadi – global iqlim o‘zgarishi haqida umumiy tushuncha berish bilan birgalikda, foydalanuvchi hududida bevosita havo isishi, ifloslanishi, uning oqibatlari, aholining moslashuvi xususida qiziqarli hikoya qilish, bir xil tarzda chaynalgan, ammo dolzarb mavzuni mutlaqo o‘zgacha nuqtai nazardan uzatishdir. Bugungi kunda longridlarning bir

necha turini ajratib ko'rsatish mumkin: Reportaj. Reportaj o'zining belgilari bilan axborot janrlarning barchasiga (axborot berish, hikoya qilish, to'g'ri nutq, bo'yoqli chekinish, personajlarni tasniflash, tarixiy chekinish va boshqalar) mos keladi. Reportaj janriga quyidagicha ta'rif berish mumkin. Reportaj — jurnalistikaning muhim janrlaridan biri hisoblanib, sodir bo'lgan muayyan voqea, hodisa, vaziyat, jarayonning bevosita jurnalist ishtiroki va kuzatuv orqali tasvirlab berish, ommani shu voqelikdan kengroq xabardor qilishdir. Reportajning predmeti — sodir bo'lgan voqea-hodisadir. Reportajning asosiy xususiyati voqea, hodisa, jarayon, vaziyatni reportajning shaxsan ishtirokida aniqlik, hujjatlilik, voqelikni qanday bo'lsa, shundayligicha yoritilishi bilan belgilanadi. Reportajning metodlari informatsion janrlarga taalluqli (ma'lumotlarni yig'ish, kuzatish, faktlarni qiyoslash, tahlil, savollar berish, qisqa dialog, ishtirokchilar guvohligida sodir bo'lgan voqea rivojini bayon qilish kabi) barcha usullar kiradi. Bu usullarning ichida kuzatish uslubi yetakchilik qiladi. Reportajning turlari. Reportaj voqelikning rivoji va uning natijalarini ketma-ketlikda hikoya qilinishi, sodir bo'lgan hodisaning dolzarbligi, jamiyat uchun qanchalik ahamiyatga molikligi, mavzuning rang-barangligiga qarab voqeband, mavzuli va muammoli turlarga bo'linadi. Reportajli longrid tayyorlashda janr xususiyatlaridan farqli o'laroq, muallif "men"iga urg'u bermasligi lozim. Chunki muallif voqea qahramoni emas, balki hikoya qiluvchi xolos. Uning asosiy vazifasi ko'rganlarini shunday tasvirlab berishi kerakki, o'quvchi ularni o'z ko'zi bilan ko'rgandek his qilishi lozim.

Longrididagi ovoz soundcloud.com. "Tirik" foto - thinklink.com. Longridning yana bir asosiy qismi infografikadir. Infografika lotincha informatio — bayon qilish, xabar berish; yunon tilidagi γραφικός — yozma, va γράφω — yozayapman so'zlaridan olingan bo'lib, ma'lumotlar, bilim va axborotni grafika ko'rinishda uzatish demakdir. Infografika nafaqat katta hajmdagi axborotni uzatish, balki predmetlar va faktlarning vaqt va makon birligidagi muvofiqligi va farqini ko'rsatish imkoniga ham ega. Birinchi bo'lib jurnalistikada matn va grafika orqali axborot uzatishdan

1982 yili "USA Today" gazetasining muharrirlari foydalana boshlashdi. Qisqa muddat ichida gazetaning adadi o'sib, auditoriyasi kengaydi. Amerikalik o'quvchilar tez orada infografikaning afzalligini tushunib yetishdi. Infografika gazeta sahifasida kamroq joy egallab, axborotni matnga nisbatan tezroq uzatar edi. Fotosuratdan farqli ravishda infografika tezis shakldagi sharhlarni ham o'z ichiga jamlanishi bilan boshqa axborotlardan farq qilardi. Tezkor, dolzarb faktlarga, raqamlarga qiziqish, odamlarda kichik hajmdagi katta axborotni qabul qilishga intilishning kuchayishi natijasida infografika axborot uzatishda birinchi o'rinlarga chiqmoqda. Hozirgi zamonda infografika diagramma va grafikalarda soatlab chizilib emas, balki zarur faktlarni keng miqyosda ko'rsatish uchun qulay va oson bo'lgan

https://www.overclockers.ru/softnews/52650/Miniobzory_semi_luchshih_besplatn_yh_programm_dlya_redaktirovaniya_video.html 64 O'sha yerda. ko'rsatkichlarini interaktiv ravishda boshqarish imkoni bo'lgan interfeyslarda yaratiladi. Ulardan biri Flash texnologiya bo'lib, u chiroyli, interaktiv ko'rinishga ega bo'lgan, imkoniyatlari keng internet ilovalarni yaratish uchun kross-brauzer platforma sifatida asos bo'lib xizmat qiladi. Ammo mazkur texnologiya ham qisqa vaqt ichida eskirib, uning o'rniga shiddat bilan uyali aloqa qurilmalarida ham infografikani turli usulda yaratish imkoni bo'lgan canvas va SVG texnologiyalar kirib kelmoqda.

Rekonstruktor. Bunday material ma'lum bir voqeylikni qayta qurish, global iqlim o'zgarish bilan bog'liq mavzularni tahlil etish, uning sabablari va oqibatlarini aniqlashdan iborat. Longridning bu turida fon musiqasi, videoqo'shimchalar muhim rol o'ynab, material o'quvchisining kayfiyatini shakllantiradi. 3.Portretlar (people stories). Mazkur turga intervyular, ocherklar, biografik lavhalar kiradi. Mazkur turdagi longridning asosiy vazifasi global iqlim o'zgarishidan jabrlangan qahramonni ko'ratish, muammo oqibatlariga moslashayotgan shaxsning hayotiy tamoyillari, masalaga qarashlarini tahlil etib berishdan iborat. Bunday materialning asosiy jihatlaridan biri yuqori sifatli, bir biriga mantiqan bog'liq bo'lgan illyustrativ qatorning mavjudligidir. Hush, longrid qanday yaratiladi? Agarda siz endigina jurnalistika sohasiga qadam qo'yayotgan bo'lsangiz, longrid siz uchun emas. Chunki uning matni oddiy jurnalistik 62 N.Qosimova va boshq. Bosma OAV tahririyatlari uchun o'quv qo'llanma. T., 2008., 35 b. matndan biroz farq qiladi. Matn o'z tarkibi bo'yicha murakkabdir. Agarda matning boshida maqola singari lid bo'lsa, uning davomi bevosita audio yoki video lavha yoxud intervyu bilan davom etadi. Keyingi qismda matn videolavhaning uzluksiz davomi bo'lishi lozim. Fakt va dalillar tahlili, statistik ma'lumotlarning ko'pligi, qahramonlarning videointervyusi va hokazo. Demak, siz longrid tayyorlashga ahd qildingiz. Materialni tayyorlashdan oldin mavzuni yaxshilab o'rganing. Tanlagan bir necha qahramonlaringizning mavzu yuzasidan fikrini o'rganing. Iloji boricha bir biriga qarama qarshi fikrlarni ymg'ishga harakat qiling. Turli axborot manbalaridan foydalaning. Longrid faqatgina qiziqarli faktlar, yorqin iqtiboslar, mavzu yuzasidan ilgari ma'lum bo'lmagan detallar bilan boyisagina qiziq bo'ladi. Matnni yozishdan oldin maqsadni aniqlab oling. Global iqlim o'zgarishi umumiy mavzu bo'lsa, uning atrof-muhitga, aholi sog'lig'iga salbiy ta'siri, hududda yuz berayotgan o'zgarishlar va hokazolar asosiy mavzular bo'lishi mumkin. Aynan sizni qaysi mavzu qiziqtirayotganini aniqlang. Material g'oyasidan so'ng uning ko'rinishi yuzasidan reja tuzib oling, ya'ni uning umumiy ko'rinishi qanday bo'ladi, materialingizga infografika, iqtibos, video kerakmi? Rejani tuzib olgach, materialning tarkibiy qismlarni tayyorlashga kirishing. Zamonaviy jurnalist multimedia texnologiyalardan xabardor bo'lishi muhim. Longrid uchun material tayyorlashda mobil qurilma hamda montaj dasturi yuklangan noutbukdanlardan foydalanish kifoY. Bunda siz eng oddiy Windows Movie Maker 2012 yoki Kate's

Video Toolkit⁶³ videodasturlaridan foydalanishingiz mumkin. Windows Movie Maker 2012 dasturidan foydalanish juda ham oson. Videotasvirlaringizni dastur oynasiga tortib kiritish kifoya, ular darhol siz kiritgan tartibda bir chiziqqa tiziladi. Tasvirdan tasvirga o'tish, maxsus effektlardan foydalanish klik orqali amalga oshiriladi. Shuningdek dastur orqali videolavhangizga titrlar yozish, musiqa qo'yish mumkin. Olingan natijani yagona videofayl sifatida saqlashingiz yoki tanlagan saytingizga darhol yuklashingiz mumkin. Kate's Video Toolkit⁶⁴ videodasturi qo'shimcha ravishda videoni tahrir qilish imkoniyatini ham beradi. Siz o'z videolavhangizdan ortiqcha narsalarni olib tashlashingiz yoki yetishmayotganini qo'shishingiz mumkin. Shuningdek videoni turli formatlarga konvertatsiya qilish imkoniyati ham mavjud. Yagona kamchiligi, dastur oynasini butun ekranga kattalashtira olmaysiz. Qolganida esa mazkur dastur o'zining soddaligi bilan ko'plab muxlislariga ega

Jurnalistlik faoliyati uchun tarmoq ommaviy kommunikatsiya vositalari imkoniyatlaridan foydalanishning yangi usullari

Dunyoning nufuzli ommaviy axborot vositalari konvergent jurnalistika (sonvergence journalism) tizimida faoliyat yuritmoqda. **Konvergent jurnalistika** bu matbuot, radio, televideniye va internetning o'zaro uyg'unlashuvini anglatadi. Deylik, bugun rivojlangan davlatlardagi biror nufuzli gazetada faoliyat yuritayotgan jurnalist faqat matn yozish yoki unga fotolavha ilova qilish bilan cheklanmaydi. U, ayni choqda, audio va video formatdagi materiallarni ham tayyorlash salohiyatiga ega bo'lishi lozim. Umuman, dunyo jurnalistikasida qiziq holatni ko'rish mumkin. Soha va mavzu bo'yicha tig'iz ixtisoslashuv kechayotgan bir paytda jurnalistlarning ijodiy faoliyatida universallashtirish kuzatilmoqda.

Internet jurnalistikasi uchun ham universallashtirish muhim. Zamonaviy jurnalist bir vaqtning o'zida ham tesha tegmagan mavzuda yangilik yoki dolzarb maqola yoza olishi, audio intervyu uyushtirishi, foto va video material hozirlashi, turli formatdagi materiallar asosida internet uchun interaktiv sahifa tayyorlay olishi kerak. Bunda u ham jurnalist, ham operator, ham fotograf, ham rejissyor vazifasini bajaradi. Demak, bugun jurnalistdan zamonaviy axborot kommunikatsiya texnologiyalaridan mahorat bilan foydalana olish, ya'ni texnik ko'nikmalarga ega bo'lish ham talab etilmoqda.

Internet jurnalistikasi tez sur'atlarda taraqqiy etmoqda, lekin ixtisoslashuv jarayoni sohadagi shiddatli rivojlanish bilan uyg'un tarzda kechyapti deyish qiyin. Bunga asosiy sabablardan biri sifatida yurtimizda yirik internet konsernlari shakllanib ulgurmaganini aytish mumkin.

O'zbek internet makonida muayyan sohaga ixtisoslashgan professional jurnalistlarning tahliliy maqolalari yetishmaydi. Internet tahririyatlari foto, audio va video formatdagi materiallardan unumli foydalana olmayotir. Tabiiyki, mukammal

internet tahririyati talablariga javob bermaydigan, iqtisodiy jihatdan kuchsiz media jamoalarida ixtisoslashuvga erishib bo'lmaydi.

Yurtimiz internet jurnalistikasida yangiliklar (www.gazeta.uz, www.kun.uz, www.daryo.uz, www.uz24.uz, www.podrobno.uz, www.anons.uz va h.), sport (www.sports.uz), yanada ixtisoslashadigan bo'lsak, futbol jurnalistikasi (www.uff.uz, www.stadion.uz, www.championat.asia) taraqqiy etyapti. Ayrim davlat tashkilotlarining axborot xizmatlari (www.gov.uz, www.soliq.uz, www.dtm.uz, www.customs.uz va h.) ham veb olamda muayyan ixtisoslikka oid ma'lumotlarni muntazam taqdim etmoqda. Shuningdek, turli sohalarga ixtisoslashgan saytlar ham rivojlanmoqda

(www.kommersant.uz – biznes, www.bibi.uz – avtotransport, www.ictnews.uz – axborot texnologiyalari). Gazeta-jurnallar (www.noviyvek.uz, www.uzbekistonovozi.uz, www.xabar.uz, www.marifat.uz), axborot agentliklari (www.uza.uz, www.jahonnews.uz, www.turkistonpress.uz), radio va telekanallarning (www.mtrk.uz) veb versiyalarida ham tahririyat ixtisosiga ko'ra ma'lumotlar uzatiladi.

XX asrda ommaviy axborot vositalarining shiddatli rivojlanishi madaniyatning o'zgarishiga, yangi virtual aloqa dunyosining shakllanishiga olib keldi. Bunda axborotning ikki usuli, ya'ni insonga yo'naltirilgan usul va mediaga yo'naltirilgan usullari paydo bo'ldi.

Insonga yo'naltirilgan usulda insonlar OAVni o'z shaxsiy ehtiyojlariga qarab moslashtiradilar. Bu insonlarning ma'lumotlarni tanlab, qanday qabul qilishlaridan kelib chiqadi. Ular o'zlarining fikrlariga mos keladigan ma'lumotlarni tanlab oladilar, to'g'ri kelmaydigan ma'lumotlarni esa hisobga olmaydilar.

Mediaga yo'naltirilgan usul insonning OAV ta'siriga bo'ysunishiga asoslangan. Bu inson ongiga giyohvand moddadek ta'sir o'tkazadi, unga qarshi borishning esa imkoni yo'q.

Ma'lumki, ommaviy nashr, fotografiya, telegraf, telefon, radio, televideniye XX asr fenomenlari hisoblanadi. Shu bilan birga, ommaviy savodxonlikka asos bo'lgan bir qancha kutubxonalar, teatr, nashriyot, kino va telestudiyalarning paydo bo'lishi ham shular jumlasidandir. Davrlar o'tishi bilan kabel va sputnik televideniye, video, kompyuter kanallari, internet, elektron pochta, mobil aloqa kabilar yaratildi, natijada sayyoraviy global ongning shakllanishi boshlanib, u rivojlanish sari qadam tashladi. Shuningdek, media texnik mahsulotlarning belgisi sifatida namoyon bo'lib, u ommaviy mahsulotlarni iste'molchilar ongiga yetkazishda asosiy vosita vazifasini bajardi.

Hozirgi kunda media muhit juda murakkab tuzilishdan tashkil topib, u ijtimoiy-iqtisodiy hayot, jamiyat institutlari, ijtimoiy ong, ma'naviy va moddiy madaniyatni qamrab oladi. Bugungi kunda zamonaviy mediamakonda ekranli madaniyat yetakchilik qilmoqda. U o'z ichiga televideniye, kino, video, elektron manzil,

kompyuter kanallari va internetni oladi. Ushbu vositalarning barchasi mediamuhitning tarkibiy qismi hisoblanib, biz asosi axborot hisoblangan jamiyatga aylandik.

Yuqoridagi vositalar orqali inson ongiga faqat ijobiy hodisalar ta'sir etadi, deya olmaymiz. Chunki media muhitdagi barcha ma'lumotlar ham ijobiy samara beravermaydi. Bugungi globalashuv davrida turli mafkuraviy tahdidlarning kirib kelishida muhitning tarkibiy qismiga kiruvchi texnik va elektron vositalar asosiy vosita bo'lib xizmat qilmoqda.

Amerikalik jamiyatshunos M.Kastels o'zining "Internet galaktikasi" kitobida: "Hozirgi davrda jamiyatda bir vaqtning o'zida bir qancha o'tish davri yoki jarayonlar sodir bo'lmoqda. Bularndan eng muhimi axborot jamiyatiga texnologik tashkiliy o'tish davridir. XXI asrdagi hokimiyat, boylik, ijtimoiy farovonlik va madaniy ijod ko'pgina hollarda axborot jamiyatining modelining rivojlanishiga bog'liq" degan fikrlar keltirilgan. Yana bir amerikalik mediolog D.Roshkov "Mediavirus" nomli kitobida, bizning sivilizatsiyamiz kengayishi mumkin bo'lgan yagona muhit, bu – mediadir.

Hokimiyatga egalik qilish insonlarning soniga qarab emas, balki ommaviy axborot vositalarida necha daqiqa va hajmni qo'lga kiritilishiga asoslanadi. Cheksiz o'sayotgan media haqiqiy yashash muhitiga aylandi. Natijada 500 yil ilgari dunyo shari qanday cheksiz bo'lgan bo'lsa, xuddi shunday real muhitga aylandi. Turli insonlar va iqlimlarning o'zaro bog'liqligi uchun ochiq bo'lgan yangi mediahudud paydo bo'ldi. Bugungi kunda unda turli etnik va milliy madaniyatlar mavjud. Shu bilan birga, milliy qadriyatlar va an'anaviy san'at o'zining keyingi rivojlanish holatlarini kibermakondan olishi natijasida ularning bajaradigan tizimi o'zgarib boradi, degan edi.

Jamiyatda mentalitet va millatidan qat'i nazar, insonlarni umumiy bog'laydigan makon (infasfera)ga kirish natijasida inson uning ta'siriga tushib qoladi va o'z milliy qadriyatlaridan uzoqlashadi. Global media muhitning yaratilishi ma'lumotlar hajmining cheksiz o'sishi, reallikni buzuvchi zararli mediaviruslarning paydo bo'lishi insoniyatga katta xavf tug'diradi. U nafaqat medianing jamiyat ustidan bo'lgan hokimiyatini anglatadi, balki kibermakon (avtomatlashgan muhit)da milliy qadriyat va madaniyatning taqdiri haqida ham o'ylashga majbur etadi.

Olim G.Markuzening fikrlariga ko'ra, mediamuhitdagi shaxs faqat iste'molchiga aylanib qolishi mumkin. Unda ishlab chiqarishga oid g'oya va qiziqishlar qolmaydi. Uning fikricha, inson bir maromdagi mavjudotdir, chunki u boshqarilmoqda. Dunyo jamiyati ommaviy axborot vositalari ta'sirida bir maromdagi neototalitar tizimga ega bo'ldi. Ular har bir individual ongga yolg'on, mantiqsiz ma'lumotlarni hamda iste'mol mahsulotlariga haddan ortiq "ibodat qilish" shaklini kiritishdi. XX-XXI asrlarda nafaqat G'arb va Sharq, Janub va Shimol o'rtasida hamda Yevropa, Osiyo, Afrika, Amerika qit'alari orasida madaniyatlar

aralashuvi sodir bo'ldi, balki har bir zamonaviy inson ongida madaniyat spektrining yaqinlashuvi sodir bo'ldi.

Bu borada olim D.Bell axborotlashgan jamiyatdan salbiy tomon izlamasdan, ushbu tizimdan foydalanishni o'ziga xos madaniyatini o'rganishni tavsiya qiladi. YA'ni, olim tomonidan elektron madaniyat va kiber madaniyat atamalari qo'llaniladi. Axborotlashgan davrda inson mazkur axborotlarni foydali va foydasiz jihatlariga ajratadigan "o'z ongidagi filtr"ga ega bo'lishi lozim. Boshqacha aytganda, media olami mahsulotlaridan foydalanish madaniyatiga ega bo'lishi kerak.

Media boshdanoq iste'molchi ongini egallab olib, uni xayollar dunyosiga g'arq qiladi. Buning ta'siri esa jiddiy salbiy holatlarga olib kelishi mumkin. Natijada media rivojlanib borishining so'nggida inson ongida to'liq amputatsiya (kesilish) sodir bo'ladi. Mediamahsulotining iste'mol qilinish jarayonida shaxsning insoniy mahoratlari o'z chegarasidan chiqib ketadi va shaxs o'zining ongidan "begonalashgan mantiq"ga ega bo'ladi. Bunday vaziyatda inson ma'naviy jihatdan juda ham nimjon mavjudotga aylanib qoladi. Ushbu jarayonda shaxs ongida kechayotgan jarayonlarni to'liq anglamagan holda o'zini-o'zi aldaydi. YA'ni, inson texnologiya unga berayotgan cheksiz imkoniyatlardan sarmast bo'lib yuradi. Bunda u xuddi optimistik ravishda suvda o'z aksini ko'rgan nargis guli sifatida o'zini o'zi yo'qotadi.

Bugungi kunda O'zbekistonda fan-texnika sohasida ham ko'pgina o'zgarishlar yuz bermoqda. Bunda, albatta, mediamuhitning roli ko'pgina ijtimoiy jarayonlarda muhim vosita sifatida o'sib bordi. Bu holat davlatning siyosiy va iqtisodiy rivojlanishiga ta'sir ko'rsatdi, natijada jamiyat medialashtirildi hamda yangi mediamuhit shakllandi. Ushbu holat ochiq va demokratik ko'rinishda bo'lib, dunyoning keng axborot muhitiga eshiklar ochildi. O'tgan yillar mobaynida mamlakatimizdagi barcha tizimlarga axborot kommunikatsiya texnologiyalari joriy etildi, fan va ta'lim sohasida umumlashgan va ruxsat etilgan ma'lumotlar bazasi paydo bo'ldi, mamlakat hududida madaniyat, axborot markazlarining keng tarmoqlari paydo bo'ldi.

Mamlakatimizda shakllangan mediamuhitdan samarali foydalanish bilan birga, ehtiyotkor munosabatda bo'lish asosiy vazifa hisoblanadi. Mediamakon ta'sirini insonlar ongiga o'z holicha tashlab qo'yib bo'lmaydi. Chunki media makon mafkuraviy tahdidlarning kirib kelishida yetakchi o'rinlarda turuvchi vosita sanaladi. Hozirgi globallashtirish, mediamuhit va mediamakon taraqqiy etgan zamonda yashayotgan ekanmiz, ushbu jarayonda kirib kelayotgan mafkuraviy tahdidlardan himoyalaniish zarur. Mediamakondan foydalanayotgan insonlar turli ijobiy yoki salbiy axborotlarni to'g'ridanto'g'ri qabul qilavermasliklari uchun, avvalo, ularda mediamadaniyat va mediasavodxonlikni shakllantirish lozim.

Shaxs ijtimoiy ongi va uning ijtimoiylashuvini shakllantiruvchi, madaniy tarixiy rivojlanishda insoniyat tomonidan ishlab chiqilgan axborot vositalarining yig'indisi

mediamadaniyat hisoblanadi. Mediamadaniyat o'zining shakllanib borishi jarayonida axborotni qabul qilish va taqdim etish funksiyalarini bajaradi. Mediamadaniyat jamiyat bilan birga uning ijtimoiy-madaniy jihatdan zamonaviylashishida muhim dinamik holat hisoblanadi.

Mediamadaniyatning milliy madaniyat va san'atga ta'siri kuchli. Bu hol milliy san'at asarlarida asllikning barbod bo'lishi va yo'qolishiga olib kelishi mumkin. YA'ni, zamonaviy san'atda texnik nusxa olishning cheksiz imkoniyatlari ko'payishi bilan birga, asllik va nusxa o'rtasidagi ontologik hamda ijtimoiy chegaralarning yo'q bo'lishiga olib keladi. Buning natijasida san'atning siri va qadri kabi tushunchalar o'z ahamiyatini yo'qotadi. Bundan tashqari, nusxa ko'paytirishning an'anaviy noyob texnikasi o'rnini ommaviy nusxalash egallaydi. Bunda yakka iste'molchining o'rnini zamonaviy ommaviy iste'molchilar madaniyati bilan almashadi.

Bugungi XXI asr axborot texnologiyalari asrida ushbu jarayonlarga qay darajada qarshi turilmasin, mediamadaniyat orqali ham ijobiy, ham salbiy axborotlar kirib kelaveradi. Bu jarayonga insonlar asta-sekinlik bilan ko'nikib bormoqda. Ushbu holatning davom etishi, insoniyatda ma'naviy ong va insoniy g'oyalar yo'qolib ketishiga olib keladi. Shuning uchun ham insonlarda milliy o'zlikni yo'qolib ketmasligini oldini olishda jamiyatga ziyolilarni ko'proq jalb qilish, ularni fikrlarini eshitish va targ'ibotini kuchaytirish lozim. Asosiysi, bunda nafaqat jamiyat, balki mediaolamida (ayniqsa, televideniye, radio va internet ijtimoiy tarmoqlari) ham har bir ziyolining faol bo'lishi maqsadga muvofiq. Chunki bugungi kunda asosiy vazifalardan biri – yoshlarni ma'naviy ongini yuksaltirishdan iborat ekan, ularga mediamadaniyatda ham ahloq normalariga rioya qilgan holda ziyolilardan ibrat oluvchi makon yaratib berish lozim. Yoshlarda mediamadaniyatni shakllantirish ya'ni televideniye, internetdan foydalanayotganlarida ma'naviy ongi uchun foydali bo'lgan ma'lumotlardan kengroq foydalanishlariga ixtiyoriy undash lozim. Ushbu jarayonda yoshlarning asl madaniyat namunalari va "soxta" madaniyat hamda ma'naviyatni yemirishga xizmat qiluvchi mafkuraviy tahdidlar o'rtasidagi farqni anglab yetishlari muhim ahamiyat kasb etadi.

Videoformat. Audioformat. Animatsiya. Simvollar. Matn va gipermatn

Yangi axborot texnologiyalari, elektron va multimedia vositalari, raqamli va sun'iy yo'ldosh aloqa kanallari hamda internet inson imkoniyatlari, uning tafakkuri, bilim va ijodiy bunyodkorligi samarasidir. Mutaxassislar axborot texnologiyasining asosiy belgisi sifatida ma'lumotni qayta ishlash jarayonining muayyan bosqichlarga bo'linishini e'tirof etadilar. Bu esa, o'z navbatida, ushbu jarayonning batamom tartibga solinishi va uni avtomatlashtirilgan holda o'tkazilishi uchun yangi imkoniyat yaratib berdi.¹

Demak, axborot texnologiyalari bu – kommunikativ faoliyatni amalga oshirish hamda [ma'lumotni qayta ishlash](#), axborot olish va tarqatishda foydalaniladigan

barcha elektron, raqamli va texnik vositalaridir. O'z faoliyatida ayniqsa, jurnalistlar ko'p foydalanadigan kompyuter va internet axborot texnologiyalarining odatiy va keng tarqalgan turidir. Shuni alohida ta'kidlash kerakki, kompyuter va internetning ixtiro qilinishi ommaviy axborot vositalari faoliyatida keskin burilish yasadi. Jamiyatni axborot bilan ta'minlash, aholiga kerakli ma'lumotlarni o'z vaqtida, tezkorlik bilan yetkazish ko'rsatkichlari bir necha barobarga oshdi.

Bosma nashrlarning elektron shakllari yaratilishining zarurati va muammolari. Internet jurnalistikaning paydo bo'lishi va tez sur'atlar bilan rivojlanishi uning ijodiy xodimlari, jurnalistlar – «qalam ahli»ga yangi imkoniyatlar, qulayliklar taqdim etdi. Ammo internet jurnalistining quroli faqat so'z emas. Endi u o'z ijod mahsulini chegaralanmagan makonda fotosurat, grafik tasvirlar, audio va videolavhalar bilan boyitishi, o'quvchisi bilan muloqotga kirishishi, uning fikr-mulohazalarini bilishi, yozgan materialini o'zi istagan vaqtda tezkor yangilab turishi, foydalanuvchining axborotga bo'lgan talabini qondirishi mumkin. Internet jurnalistika OAVning boshqa biror turi qamrab ololmagan imkoniyatlarga ega bo'ldi. Ulardan birinchisi multimedia imkoniyatlaridir.

Gipermatn — material ichidagi muhim, qo'shimcha ma'lumot talab etadigan so'z va jumlaning boshqa sahifaga bog'lovchi havolalar kiritilgan matndir. Bog'langan sahifaga sichqoncha tugmasini o'sha so'z ustida bosish orqali o'tiladi. Gipermatnda berilgan ma'lumot oddiy matndagidan ko'ra tushunarliroq va ta'sirchanroq. Sababi unda havolalar orqali rasm, jadval va boshqa qo'shimcha ma'lumotlar berilgan bo'ladi. Misol tariqasida elektron nashrlardan birida berilgan quyidagi matnni olish mumkin. Unda xabarga bevosita tegishli bo'lgan ikkita havola kiritilgan: «... Milliy kutubxona saytida berilgan ma'lumotga ko'ra, a'zo bo'lish vaqtida talabalar uchun 50 foizli imtiyoz bor. Ish tartibining to'liq ko'rinishi bilan O'zbekiston Milliy kutubxonasi saytida tanishish mumkin. Gipermatn tili – HTML dasturlash tilini (Nureg Text Markup Language) ham da HTTP (Hyper text Transfer Protocol) gipermatnni yuborish va [kabil qilish protokolini yaratib](#), uning asosida dunyoni zabt etgan o'rgimchak turi tizimining ishlashini yulga qo'ydi va WWW gipermatn tizimining uchinchi otasiga aylandi. Demak, shunday qulayliklari tufayli internet hech bir bosma nashrda mavjud bo'lmagan fazilati bilan ajralib turadi.1

Gipermatnlilik. Gipermatn Internet sahifasidagi ba'zi so'zlarning to'laroq ma'no yoki o'sha so'zga nisbatan batafsilroq ma'lumot berish uchun boshqa sahifaga bog'lash – biror atama haqida ma'lumot olish uchun boshqa sahifaga «sakrash»dir. Bularga oddiygina sichqoncha orqali gipermatnni bosish orqali o'tiladi. Gipermatnlardan deyarli barcha turdagi elektron (Internet, intranet, CD-ROM, kompyuter disklarida www.journal.fledu.uz ilmiy-metodik elektron jurnal saqlanadigan) matnlarda foydalaniladi.

Gipermatn tushunchasi 1965 yili AQShlik kompyuter bilimdoni Ted Nelson tomonidan kiritilgan. U giper so'zini foydalanuvchilarning elektron matnlarni

o'qiyotganda bir-biriga aloqador mavzularga tezlik bilan o'tishini ta'riflash uchun ishlatgan.

Gipermatnlar veb-saytlarning asosini tashkil etadi. Shuningdek, keyingi paytda juda ko'p dasturlar (Microsoft Word, Macromedia Flash va boshqalar) o'z imkoniyatlarini gipermatnlardan foydalanib oshirmoqda.

Giperyo'llanmalar o'rgimchak to'rini hosil kiladigan mexanizmdir. Aynan ular internetning barcha resurslarini bir-biriga bog'lovchi vosita hisoblanadi.

Suratlar. Bugungi elektron nashrlarda eng ko'p qo'llaniluvchi multimedia vositalardan biri. Ular materialda bayon etilayotgan voqehodisa haqida to'laroq tasavvurga ega bo'lish, intervyu beruvchi shaxs kimligini bilish, o'quvchi e'tiborini jalb etish maqsadida qo'yiladi. Undan fotoreportaj, fotofakt janrlarida ko'proq foydalaniladi. Hozirda ko'pgina elektron nashrlar o'zining fotogalereyasiga ega.

Audio. Turli formatlarda beriluvchi audio ma'lumotlar, ko'proq intervyu janridagi materiallarda foydalaniladi. Tezligi yuqori bo'lmagan internet provayderlarida audio ma'lumotlarni eshitish biroz qiyinchilik tug'diradi. Uning ustunligi shundaki, rasm kabi u ham ta'sirchan dalil bo'lishi mumkin.

Video. Borgan sari elektron nashrlarda kengroq foydalanilayotgan multimedia vositalaridan biri. U ham xabar ta'sirchanligi va ishonarliligini oshirishda qo'l keladi. Ayniqsa, bugungi kunda videolavhalarni havaskor videoapparat yoki uyali telefonda olish imkoniyati videomateriallarning ortishi va ularga bo'lgan qiziqish kuchayishiga sabab bo'lmoqda. Ammo videolavha kiritilgan sahifani ochish va yuklash qiyinchilik tug'diradi.

AnimatsiY. Bu internetda bir necha rasmlarning progressiv tarzda ishlatilishi va harakatni keltirib chiqarishidir. Ko'pgina saytlarda undan ma'lumotlar lentasini almashib turuvchi suratlar orqali berishda keng qo'llaniladi. «Ayni paytda internetdagi 88 foiz veb-sahifalarda animatsiyalardan foydalaniladi».

«**Interaktivlik**» so'zining lug'aviy ma'nosida (ingliz tilida «inter»o'zaro, «action»-harakat, faoliyat) harakatlanish, o'zaro ta'sir qilish, tor ma'noda axborot almashish, keng ma'noda esa ijtimoiy ta'sir ko'rsatish, muloqot jarayonida axborot almashinuvining ikki taraflama faollashuvi nazarda tutiladi». Internetning interaktiv vositalariga bir qancha misollar keltirish mumkin. Asosiylari quyidagilar:

«Forum;

Mehmonlar kitobi;

So'rovlar;

Muallifning e-pochtasi».

So'rov — sayt a'zolari va foydalanuvchilar o'rtasida u yoki bu mavzuda o'tkaziluvchi savol-javobdir. Bosma nashrlardan birining elektron saytida berilgan so'rovnomani misol tariqasida keltiramiz: «Darakchi.uz saytida qanday rukndagi maqolalar ko'proq berilishini istaysiz?

Mahalliy va xorijiy xabarlar

Dolzarb mavzular

Shou-biznes»

Bu kabi so'rovlar sayt o'quvchilarining istak-xohishidan xabardor bo'lish, ularga ko'proq qaysi rukn va maqolalar yoqayotganini aniqlash, saytga qanday o'zgartirishlar kiritish kerakligini belgilashda qo'l keladi. Shuningdek, bosma nashr saytida o'tkaziladigan so'rovlar tayyorlanayotgan maqoladagi u yoki bu fikrga aholining munosabatini aniqlash, statistik ma'lumotlar yig'ishda yordam beradi. Xususan, «Argumenti i fakti» gazetasining veb-saytida turli mavzudagi internet-so'rovlar o'tkaziladi va gazetaning deyarli har bir sonida o'rtacha 5 tadan internet-so'rov(opros) kiritilgan maqolalar chop etib boriladi.

Multimedia – ingliz tilidagi “multi” va “media” so'zlaridan olingan bo'lib “ko'p”, “bir necha” va “axborot uzatuvchi vositalar” ma'nolarini bildiradi. Demak, multimedia tushunchasini – bir necha usulda axborot uzatish deb qabul qilish mumkin.

Multimedia – matn, rasm, ovoz va tasvir kabilardan kamida ikkitasining birlashib axborot uzatishidir. Faqat rasmning animatsion holatini ham multimedia sifatida e'tirof etish mumkin. Multimedia ma'lumotlarning aniq va tushunarli yetkazib berilishini ta'minlaydi.

Hozirgi kompyuterlarni multimedia kompyuterlari deb atashadi. Lekin ko'pchilik bu fikrga qo'shilmaydi.

Kompyuterlarning bunday nomlanishi oddiy kompyuterlardan murakkab kompyuterlarga o'tilganda paydo bo'lgan. Bunga murakkabroq kompyuterlarda ovoz va ishlash programmalari yordamida animatsiyalarning ishlatilishi sabab bo'lgan.

Multimedia usulida uzatilgan ma'lumot oddiy usulda (ya'ni faqat matnda) uzatilgan ma'lumotdan ko'ra ko'proq samaraliroqdir. Chunki undagi rasmlar, jadval, infografika va boshqa tegishli manbalarga bog'lanishlarning o'quvchiga ko'proq ma'lumot berishi aniqdir.

Internetda ishlash xususida gapirar ekanmiz avvalo, unga ulanish uchun dastavval tarmoqqa ulash va kompyuter orqali axborot almashinishini tashkil etib beruvchi vositachini ya'ni, provayderni tanlab olish zarur. Provayder, dastlabki, ARPANET tarmog'iga ulangan kompyuterlar doimiy ulanish rejimida ishlagan. Ularning xar biri o'zining anik manzili domen iga ega bo'lgan. Interner provayderlar mijozlarga internet resurslaridan foydalanish, elektron pochta xizmati, shaxsiy veb-saytlarni internetga joylashtirish, internet orqali konferensiyalar tashkil etish, internet kidiruv tizimlaridan foydalanish kabi xizmatlarni ko'rsatadi.

Hozirda mamlakatimizda Sarkor Telekom, TSHTT - [Toshkent shaxri telefon tarmog'i](#), Shark Strim, Komnet, EVO kabi provayderlar mavjud. Provayder tanlangach esa kompyuterni tarmoqqa ulash uchun modem, kabel, adapter kabi zarur

uskunalarni olish kerak. Veb-saxifalar bilan ishlash uchun esa brauzer dasturini o'rnatish va sozlash kerak.

On-layn jurnalistika yuqoridagi tendensiyalar asosida o'zining axborot uzatuvchi kanallari, internet jurnalistlari, o'z auditoriya qatlamini shakllantirdi. Axborot texnologiyalari va dasturlarning rivojlanishi bilan mazkur tendensiyalar yangi qirralarda namoyon bo'lmoqda.

Jurnalistlar, OAV va aholi uchun axborot yig'ish, saralash va tarqatishning yangi usullarini yaratib bermoqda.

Ma'lumotni izlash, chop etish, saqlash, ko'chirish, jo'natish va qabul qilish osongina yechim topdi. Matn, tovush, video, foto, grafika, musiqa va boshqa shakldagi ma'lumotlarni interfaol ravishda almashish yo'lga qo'yildi va bu jurnalistlar faoliyatida keng tatbiq etilmoqda.

Butunjahon o'rgimchak to'ri bo'lmish internet – televideniye, radio, matbuot nashrlari kabi axborot manbalaridan farqli o'laroq, har qanday ma'lumotni o'z iste'molchilariga istagan shakl va ko'rinishda, turli hajmda qo'lga kiritish olish imkonini berdi. Axborot kommunikatsion texnologiyalar jamiyatning ijtimoiy-iqtisodiy, siyosiy va madaniy hayotning barcha sohalarida axborotdan foydalanish samarasini oshirishda, fuqarolar, tashkilotlar va davlatning axborotga bo'lgan ehtiyojlarini qondirishga xizmat qilmoqda.

Internet o'zining xususiyat afzalliklari bilan jamiyat hayotiga [shu qadar tez kirib keldiki](#), qisqa fursatda safdoshlaridan o'zib ketishga ham ulgurdi. Ma'lumki uzoq yillardan buyon, respublikamiz matbuoti gazetchilik, jurnalchilikning keng tarmog'iga ega, o'zbek radiosi va televideniyesi mustaqillik yillarida yanada takomillashtirilib, tobora taraqqiy topa boshladi. Ular qatoriga internet qo'shilishi bilan ommaviy axborot vositalari ko'pgina qulayliklarga ega bo'ldi.

Ommaviy axborot vositalarining o'ziga xos turidir. Unda ijtimoiy informatsiyaning madaniy-ma'naviy, sport va boshqa turlari o'rin oladi. Foydalanuvchi o'ziga kerakli informatsiyalarni izlash va osongina topish mumkin. Bu internetda axborotning nihoyatda ko'pligidan dalolat beradi. Qolaversa, internetda axborot elektron tarmoq orqali tezlik bilan tarqala olishi jihatidan nihoyatda tezkordir.

XXI asr mo'jizasi misli ko'rilmagan imkoniyat va qulayliklarni berdiki, bugun biz butun dunyo bilan bevosita bog'lanishimiz, yon-atrofdan, uzoq-yaqinda yuz berayotgan voqea-hodisalardan, ilm-fan, adabiy-san'at, sport va boshqa sohalaridagi yangiliklardan xabardor bo'la olamiz. Shunday qilib, internet – ommaviy axborot vositalarining alohida, elektron texnikaga [asoslangan bir turi sifatida](#), u turli mavzulardagi informatsiyalarni yig'adi va ularni kopyuterlar tarmog'i orqali tarqatadi. Internet ommaviy axborot vositasi sifatida qator jihatlari bilan boshqa turlardan ajralib turadi.

Eng avvalo, tarmoqning global miqyosga ega ekani bilan gazeta, jurnal, radio, televideniya farq qiladi. Internetdagi axborotni dunyoning istalgan burchagidan turib kuzatish mumkin. Buning uchun belgilangan soatni kutish, ma'lum bir joyda bo'lish shart emas. Qo'l telefonlari orqali ham internetga ulanish mumkinligi vaqt, joy kabi masalalar bilan bog'liq muammolarni hal qiladi. Ma'lumotlarni uzatishdagi tezkorlikni ham e'tibordan chetda qoldirmaslik zarur. Negaki, radio va televideniya, o'z dasturlarini belgilangan soatlarda, gazeta, jurnallar esa kunlik, haftalik, oylik ekani bilan axborotni uzatishda internetdan kechikadi. Internet voqea-hodisalarni sanoqli daqiqalarda o'zida aks etira oladi. Bunda jurnalist mahorati muhim sanaladi albatta. Bundan tashqari ish jarayonining markazlashtirilgani, hamma uchun ochiqligini ham aytib o'tish kerakki, bu jihatlari ish samaradorligini ta'minlovchi muhim omillardan biridir. Uning iqtisodiy jihatdan qulayligi esa internetdan foydalanuvchilar sonining yildan-yilga ortib borishiga sabab bo'lmoqda.

Internet ommaviy axborot vositalari singari ijtimoiy hayotni aks ettiradi, uni biladi, tadqiq qiladi va unga qaytadan ta'sir ko'rsatadi. Binobarin, internet ham an'anaviy va yangi omillar asosida ish ko'radi. Hayotni tasvirlash orqali xabar yetkazib [beruvchi internet gazeta](#), jurnal, radio, televideniya serko'lamliligi, serqamrovligi, tezkorligi bilan ajralib turadi. Internet uchun matbuotning bosh tamoyillari muhim ahamiyat kasb etadi.

Internet faoliyati uchun zarur bo'lgan eng muhim prinsiplardan biri tezkorlikdir. Aynan ana shu prinsipi bilan ham boshqa OAVdan keskin farq qiladi. Shu bilan birga imkon qadar haqqoniylik tamoyiliga ham amal qiladi. Butun dunyoga sodir bo'lgan voqealar, insoniyat hayoti haqida yangiliklar va boshqa ma'lumotlarni faqat haqqoniy, tekshirilgan, to'g'ri ma'lumotlar yetkazishi shart. Aks holda u o'z funksiyasini bajara olmay inqirozga uchraydi. Internet shu tamoyillarga to'la amal qilganidagina u ommaviy bo'ladi, ko'pchilikka manzur bo'ladi.¹

Shuni ham aytish joizki, internet juda katta ko'lamda axborot yetkazib berar ekan, bunda u umuminsoniylik prinsipiga amal qilmog'i zarur. Shunda internet – ommaviy axborot vositasi sifatida xabarni xolis, partiyaviylik, sinfiylik, ma'lum g'oyaviy qarashlardan holi bo'lib yetkazadi va ish yurita oladi. Biroq, internetda ayrim bir yoqlama, oldi-qochdi, uncha to'g'ri bo'lmagan [xabarlar](#), behayo suratlar va matnlar ham berilishi jurnalistikaning qoidalariga ziddir. Bu esa internetning aholiga zarur xabarlarni yetkazib berishdek mas'uliyatli funksiyasini bajarishda monelik qilish shubhasiz. Internet ommaviy axborot vositasi ekan, demak, unda jamoatchilik fikri muhimdir. U jamoatchilik fikrini o'rganadi, kerak bo'lsa, shunga asosan ish ko'radi, shu orqali xato va kamchiliklarini tuzatib boradi. Internet o'z faoliyatida barcha janrlardan keng foydalanadi. Unda xabar, hisobot, suhbat, intervyu, maqola, reportaj kabilar doimiy uchraydi. Lavha, esse, ocherk, felyeton, badiiy publitsistika janrlari ham so'ngi yillarda boshqa janrlar kabi mustahkam o'rin egallamoqda.

O'tgan asrning 60-yillarida kashf etilgan ushbu qurilma, shuningdek, undan keyin paydo bo'lgan internet ayni paytda dunyo axborot bazasining 90 foizini o'zida jamlagan.

Aslida, internet haqida yozish, uni tushunish va tushuntirish uchun kattagina kitob ham kamlik qiladi. Negaki, uning tashqi chegarasi yo'q, ichki xususiyatlari o'ziga xos va juda ko'p. Shundan bo'lsa kerak, internetning ommalashishiga to'rt yilgini kifoya qildi. Vaholanki, radio 38, televideniye 13 yil, kabel TV 10 yil davomida o'z mavqeiga ega bo'lgan edi. Internetning yaratilish tarixi yaqin o'tmishga borib taqaladi.

Paydo bo'lganiga 20 yilgina bo'lgan World Wide Web – o'rgimchak to'ringning o'ziga xosligi va yutug'i shundaki, u qisqa fursatda o'z o'rnini egallay oldi. Uning asosiy vazifasi ma'lumotlarni bir yerda to'plashgina emas, eng avallo tezkorlikdir. Aynan o'sha tezkorlik internetning ommaviy axborot vositalari qatoriga ko'shilishiga va o'z safdoshlaridan o'zib ketishiga turtki bo'ldi. Shunday bo'lsa-da, internet nafaqat qisqa muddatda axborot olish, balki istalgan katta-kichik asarlarning kerakli betini topish, shunga tegishli manbaalarni ko'rib chiqish imkonini berdi. Bu vazifani bajarishga Duglas Engelbart, Ted Nelson va Tim Bemers-Li kabi olimlarning «giperssilka» g'oyalari asos bo'ldi.

Internet Explorer - 1990- yillardan boshlab Windows platformasining barchasiga o'rnatilib kelgan standart brauzer hisoblanadi. Uning asoschilaridan biri axborot kommunika siya sohasida yeng muvaffakiyatli biznes boshlagan multimilliader - tadbirkor Bill Geutsdir. Bu inson internetning imkoniyatlaridan boxabar bo'lib, uning ishlashini tobora chuqurrok o'rgangani sayin o'z investitsiyalarining ko'p qismini internetning rivojiga kirita boshladi. Mashhur moviy rangdagi «ye» harfi bilan ifodalanuvchi brauzer aynan uning harakatlari natijasi bo'lib, 1998yildan 2009-yilgacha Microsoft kompaniyasi «Internet Explorer»ni har bir kompyuterga o'rnatilgan Windows operatsion tizimiga Internetni aks ettiruvchi razm sifatida kirita boshladi.¹

«Internet Explorer»dan keyin yana ko'plab brauzerlar paydo bo'ldi. Ular Internet Explorer uchun aytishga arzigulik raqib bo'lib, o'zining imkoniyatlari bilan undan o'zib ketdi. Masalan, Google Chrome, Opere, FireFox, Safari ana shunday brauzerlardan jumlasidandir.

Nazorat savollari:

1. Axborotning insonga yo'naltirilgan usuli deganda nimani tushunasiz?
2. Konvergent jurnalistika deganda nimani tushunasiz?
3. Axborotning mediaga yo'naltirilgan usuli deganda nimani tushunasiz?
4. Mediamadaniyat nima?
5. Gipermatn deganda nimani tushunasiz?

6. Animatsiya deganda nimani tushunasiz? 7. Multimedia deganda nimani tushunasiz?

8. World Wide Web – o‘rgimchak to‘ri paydo bo‘lganiga necha yildan oshdi?

Foydalanilgan adabiyotlar:

I. Metodologik adabiyotlar

1. Mirziyoyev SH.M. Xalqimizning roziligi bizning faoliyatimizga berilgan eng oliy bahodir. 2-jild. –T.: O‘zbekiston, 2017. – 508 b.

2. Rashidova D.K. Internet kak istochnik jurnalistiskoy informatsii. – T.: Universitet. 1999 g.

3. Dadaxonov A. Onlayn jurnalistika taraqqiyotining asosiy tendensiyalari. Ma’ruza matni.

4. Madrahimova F. Mediamadaniyat va mediasavodxonlikni shakllantirish davr talabi. <http://uza.uz> 5. Qosimova N. Internet jurnalistikaning texnologik asoslari.

«Mahorat maktablari» uchun qo‘llanma. –T.: 1912 y.

5-mavzu. Milliy internet nashrlarimizda longrid yoki storitelling texnologiyalari. (2 soat).

5.1. Milliy internet nashrlarimizda longrid yoki storitelling texnologiyalari.

5.2. Digital Storytelling.

5.3. Jurnalistikada storitelling.

Milliy internet nashrlarimizda longrid yoki storitelling texnologiyalari.

Bugungi kunda jurnalistikaning turi va yoʻnalishi koʻp. Bevosita iqlim oʻzgarishi haqida material tayyorlashda jurnalist koʻplab raqamlar, statistik maʼlumotlarga murojaat etishi zarur. Albatta unga maʼlumotlar, yaʼni data jurnalistika yoʻnalishidagi mavjud bilimlari yordam beradi. Bu atama ingliz tilidagi data journalism soʻzidan olingan. Mazkur yoʻnalishning asosida maʼlumotlarni qayta ishlash, ularni vizuallashtirish va jurnalistik materialni yaratishda foydalanish tushuniladi. Hoʻsh, data jurnalistikaning oddiy jurnalistikadan farqi nimada va iqlim oʻzgarishi borasida material tayyorlashda undan qay tarzda foydalanish mumkin? Anʼanaviy jurnalistika asosida ham maʼlumotlar jurnalistikasi singari fakt va dalillar yotadi. Bugun axborot shiddat bilan aylanayotgan va aynan axborot hayotimiz mazmuniga aylanib ulgurgan bir paytda oddiy maʼlumotlarni asl holatida yozma axborot tarzda uzatish oʻz samarasini bermay qoldi. Vaqt tigʻiz, maʼlumot, axborot esa juda ham koʻp. Uni oʻqib, tushunib yetishga na imkon, na vaqt yetarli. Maʼlumotlar jurnalistikasi esa juda katta hajmdagi axborotni vizual taqdim etadi. Shuning uchun ham u informatika, dizayn, statistika kabi sohalar bilan chambarchas bogʻliq. Aslida jurnalistikaning ushbu yoʻnalishi kecha paydo boʻlgani yoʻq. Uning tarixi 19 asrga borib taqaladi. Maʼlumotlar jurnalistikasi sifatida eʼtirof etilgan birinchi material 1821 yili Britaniyaning “The Guardian” gazetasi tomonidan oʻtkazilgan tadqiqot natijalari edi⁵⁷. Unda Angliyaning turli xil hududlarida faoliyat yuritayotgan oliy taʼlim muassasalarida taʼlim berish narxlari, toʻlov orqali va bepul oʻqiyotgan talabalar soni tahlil etilgandi. Maqola mualliflari jadval shaklida har bir oliy taʼlim muassasasida oʻqish, yashash narxlarini solishtirma tarzda koʻrsata olganliklari ⁵⁷ Xakaton po jurnalistike dannix. <http://www.datadrivenjournalism.ru/2016/06/ddj-hack> uchun maqola ijobiy taqrizlarga ega boʻlib, ularda “ilk marotaba jurnalistik amaliyotda oʻquvchilar auditoriyasi uchun oshkora barcha maʼlumotlar keltirilgan”ligi qayd etildi. 1858 yili birinchi aslzodalardan chiqqan tibbiyot hamshirasi Florens Naytingeyl Britaniya armiyasining yillik yoʻqotishlari va holatini tahliliga bagʻishlangan tadqiqot oʻtkazdi⁵⁸. 54 betdan iborat materialda muallif turli xil jadval va diagrammalardan foydalandi. Naytingeyl tadqiqoti shuningdek oʻziga xos jurnalist tekshiruvi boʻlib, uning natijalariga koʻra tinchlik paytida armiyadagi zobitlar oʻrtasida oʻlim, tinch aholi oʻrtasidagi oʻlimdan koʻra ikki barobar koʻpligi aniqlandi. Maʼlumotlar jurnalistikasining zamonaviy koʻrinishdagi holati esa 1952 yilda vujudga keldi. Unda

ilk marotaba jurnalist faoliyatida kompyuterdan foydalanilgan edi. CBS telekanali prezident saylovlarining umumiy natijalari va har bir nomzod to‘plagan ovozlarni tahlil etish uchun UNIVAC I kompaniyasidan kompyuterni ijaraga olgan edi⁵⁹. O‘tgan asrning 60-yillari oxirlarida jurnalistikada kompyuterdan keng foydalana boshlandi. 1990 yillarda Stiv Doyg o‘zining “Nimadir noto‘g‘ri bo‘ldi” sarlavhali materialida esa iqlim o‘zgarishi va “Endryu” bo‘roni oqibatida AQShga yetkazilgan talofatni tahlil etadi⁶⁰. Jurnalistlar ma‘lumotlarni tushunarli, yorqin va infografika sifatida taqdim etganliklari uchun turli xil mukofotlarga sazovor bo‘lishgan. 1989 yili AQShning “The Atlanta Journal-Constitution” gazetasi kompyuterda qayta ishlangan ma‘lumotlardan foydalangan qator reportajlari uchun Pulitser mukofotiga sazovor bo‘lgan. Shu yili Missuri universiteti qoshidagi Jurnalistika maktabida ilk Kompyuter jurnalistikasi milliy instituti ochiladi va 1990 yili ma‘lumotlar jurnalistikasiga bag‘ishlangan ilk konferensiyasini o‘tkazadi. Mazkur anjuman har yili tashkil etilib, unda butun dunyoda aynan ma‘lumotlar jurnalistikasi yo‘nalishida faoliyat yuritayotgan OAV vakillari qatnashadilar. Ma‘lumotlar yoki data jurnalistika o‘z nomini 2010 yilda Amsterdamda o‘tkazilgan konferensiya chog‘ida oldi va bugungi kunda u tezkorlik bilan rivojlanmoqda. Ma‘lumotlar jurnalistikasi bilan shug‘ullanadigan birinchi OAV sifatida “The Guardian” gazetasini tilga olish mumkin. 2009 yili Datablog bo‘limini tashkil etib, unda chop etilayotgan materiallarning barchasi ma‘lumotlarni qayta ishlash orqali beriladi. 2012 yili Global Editors Network jamiyati ma‘lumotlar jurnalistikasi sohasida— Data Journalism Awards mukofotini ta‘sis etdi⁶¹. Shundan buyon har yili mazkur sohada ma‘lumotlarni eng yaxshi vizuallashtirish, eng yaxshi jurnalistik tekshiruv, eng yaxshi shaxsiy portfolio, OAVning eng yaxshi sayti va boshqa nominatsiyalarda mukofotlar o‘z egalariga topshiriladi. Yurtimizda ma‘lumotlar jurnalistikasi endigina tetapoya bo‘lmoqda. 2015 yili <http://data.gov.uz> sayti ish boshladi. Unda ilgari OAV vakillari uchun yopiq bo‘lgan turli xil yo‘nalishdagi raqamlar, statistik ma‘lumotlar to‘plangan. Ular o‘z nashrlari, OAV saytlarida bevosita biror mavzu yuzasidan ma‘lumotlarni tahlil etgan holda vizuallashtirilgan, ya‘ni kamroq matn ishlatib, infografika, videoreportaj va interaktiv xaritalar yordamida materiallarni o‘z o‘quvchilariga taqdim etishlarining vaqti yetdi. Data jurnalistikasi o‘z ichiga bir necha yo‘nalishlarni olib, ularning barchasi bevosita iqlim o‘zgarishi mavzusida jurnalistik material tayyorlashda qo‘l keladi. Shundan biri longridlardir. Longridlar – data jurnalistikaning ajralmas qismi sifatida bugungi kunda tan olingan yo‘nalishlardan biri. Mazkur axborot uzatish texnologiyasi iqlim o‘zgarishi bilan bog‘liq masalalarni yoritishning eng qulay va ta‘sirchan shakllaridan biridir. 58

Biografiya Florens Naytingeyl. http://www.sisterflo.ru/flo/biography_flo.php 59
http://moscow.pink/univac_4563334.html 60 Jurnalistika dannix v perspektive.
http://ria.ru/files/book/_site/ 61 <https://salaries.texastribune.org/> Longrid (ing. “long read” – uzoq o‘qish) – bu hajmli axborotni internetda uzatishning qulay usuli. Ma‘lumki, katta matnlarni o‘qishga bugungi kunda hech kimning vaqti yo‘q. Longrid

esa o‘z ichiga matn bilan birgalikda aynan shu mavzudagi videorolik, infografika, taqdimot, fon beruvchi musiqa, suratlar, iqtiboslarni olgan majmuaviy materialdir. Ularning barchasi o‘zaro bog‘liq bo‘lib, bir birini to‘ldirib turadi. Longridda mantiqiy bog‘liqlik, qismlarining (video, audio, infografika va hokazo) uyg‘unligi – illyustrativ qator, shrift, ranglarning hajmi va sonining bir xilligi muhim. Longrid bir butun hikoya sifatida qabul qilinishi lozim. YA’ni, sizning materialingizni ochgan foydalanuvchi yoritilayotgan mavzuning ichiga kirishi lozim. Longridning yana bir xususiyati axborotni xilma xil tarzda namoyish etish bilan birgalikda, ko‘tarilayotgan masalani har tomonlama tahlil etishdir. Bu haqiqiy yangi ko‘rinishdagi tahliliy materialdir. Longrid muallifining maqsadi – global iqlim o‘zgarishi haqida umumiy tushuncha berish bilan birgalikda, foydalanuvchi hududida bevosita havo isishi, ifloslanishi, uning oqibatlarini, aholining moslashuvi xususida qiziqarli hikoya qilish, bir xil tarzda chaynalgan, ammo dolzarb mavzuni mutlaqo o‘zgacha nuqtai nazardan uzatishdir. Bugungi kunda longridlarning bir necha turini ajratib ko‘rsatish mumkin: Reportaj. Reportaj o‘zining belgilari bilan axborot janrlarining barchasiga (axborot berish, hikoya qilish, to‘g‘ri nutq, bo‘yoqli chekinish, personajlarni tasniflash, tarixiy chekinish va boshqalar) mos keladi. Reportaj janriga quyidagicha ta’rif berish mumkin. Reportaj — jurnalistikaning muhim janrlaridan biri hisoblanib, sodir bo‘lgan muayyan voqea, hodisa, vaziyat, jarayonning bevosita jurnalist ishtiroki va kuzatuv orqali tasvirlab berish, ommani shu voqelikdan kengroq xabardor qilishdir. Reportajning predmeti — sodir bo‘lgan voqea-hodisadir. Reportajning asosiy xususiyati voqea, hodisa, jarayon, vaziyatni reportajning shaxsan ishtirokida aniqlik, hujjatlilik, voqelikni qanday bo‘lsa, shundayligicha yoritilishi bilan belgilanadi.

Digital Storytelling.

Reportajning metodlari informatsion janrlarga taalluqli (ma’lumotlarni yig‘ish, kuzatish, faktlarni qiyoslash, tahlil, savollar berish, qisqa dialog, ishtirokchilar guvohligida sodir bo‘lgan voqea rivojini bayon qilish kabi) barcha usullar kiradi. Bu usullarning ichida kuzatish uslubi yetakchilik qiladi. Reportajning turlari. Reportaj voqelikning rivoji va uning natijalarini ketma-ketlikda hikoya qilinishi, sodir bo‘lgan hodisaning dolzarbligini, jamiyat uchun qanchalik ahamiyatga molikligi, mavzuning rang-barangligiga qarab voqeband, mavzuli va muammoli turlarga bo‘linadi⁶². Reportajli longrid tayyorlashda janr xususiyatlaridan farqli o‘laroq, muallif “men”ga urg‘u bermasligi lozim. Chunki muallif voqea qahramoni emas, balki hikoya qiluvchi xolos. Uning asosiy vazifasi ko‘rganlarini shunday tasvirlab berishi kerakki, o‘quvchi ularni o‘z ko‘zi bilan ko‘rgandek his qilishi lozim. 2.Rekonstruktor. Bunday material ma’lum bir voqeylikni qayta qurish, global iqlim o‘zgarish bilan bog‘liq mavzularni tahlil etish, uning sabablari va oqibatlarini aniqlashdan iborat. Longridning bu turida fon musiqasi, videoqo‘shimchalar muhim rol o‘ynab, material

o'quvchisining kayfiyatini shakllantiradi. 3. Portretlar (people stories). Mazkur turga intervyular, ocherklar, biografik lavhalar kiradi. Mazkur turdagi longridning asosiy vazifasi global iqlim o'zgarishidan jabrlangan qahramonni ko'ratish, muammo oqibatlariga moslashayotgan shaxsning hayotiy tamoyillari, masalaga qarashlarini tahlil etib berishdan iborat. Bunday materialning asosiy jihatlaridan biri yuqori sifatli, bir biriga mantiqan bog'liq bo'lgan illyustrativ qatorning mavjudligidir. Hush, longrid qanday yaratiladi? Agarda siz endigina jurnalistika sohasiga qadam qo'yayotgan bo'lsangiz, longrid siz uchun emas. Chunki uning matni oddiy jurnalistik 62 N. Qosimova va boshq. Bosma OAV tahririyatlari uchun o'quv qo'llanma. T., 2008., 35 b. matndan biroz farq qiladi. Matn o'z tarkibi bo'yicha murakkabdir. Agarda matning boshida maqola singari lid bo'lsa, uning davomi bevosita audio yoki video lavha yoxud intervyu bilan davom etadi. Keyingi qismda matn videolavhaning uzluksiz davomi bo'lishi lozim. Fakt va dalillar tahlili, statistik ma'lumotlarning ko'pligi, qahramonlarning videointervyusi va hokazo. Demak, siz longrid tayyorlashga ahd qildingiz. Materialni tayyorlashdan oldin mavzuni yaxshilab o'rganing. Tanlagan bir necha qahramonlaringizning mavzu yuzasidan fikrini o'rganing. Iloji boricha bir biriga qarama qarshi fikrlarni ymg'ishga harakat qiling. Turli axborot manbalaridan foydalaning. Longrid faqatgina qiziqarli faktlar, yorqin iqtiboslar, mavzu yuzasidan ilgari ma'lum bo'lmagan detallar bilan boyisagina qiziq bo'ladi. Matnni yozishdan oldin maqsadni aniqlab oling. Global iqlim o'zgarishi umumiy mavzu bo'lsa, uning atrof-muhitga, aholi sog'lig'iga salbiy ta'siri, hududda yuz berayotgan o'zgarishlar va hokazolar asosiy mavzular bo'lishi mumkin. Aynan sizni qaysi mavzu qiziqtirayotganini aniqlang. Material g'oyasidan so'ng uning ko'rinishi yuzasidan reja tuzib oling, ya'ni uning umumiy ko'rinishi qanday bo'ladi, materialingizga infografika, iqtibos, video kerakmi? Rejani tuzib olgach, materialning tarkibiy qismlarni tayyorlashga kirishing. Zamonaviy jurnalist multimedia texnologiyalardan xabardor bo'lishi muhim.

Jurnalistikada storitelling.

Longrid uchun material tayyorlashda mobil qurilma hamda montaj dasturi yuklangan noutbukdanlardan foydalanish kifoY. Bunda siz eng oddiy Windows Movie Maker 2012 yoki Kate's Video Toolkit⁶³ videodasturlaridan foydalanishingiz mumkin. Windows Movie Maker 2012 dasturidan foydalanish juda ham oson. Videotasvirlaringizni dastur oynasiga tortib kiritish kifoya, ular darhol siz kiritgan tartibda bir chiziqqa tiziladi. Tasvirdan tasvirga o'tish, maxsus effektlardan foydalanish klik orqali amalga oshiriladi. Shuningdek dastur orqali videolavhangizga titrlar yozish, musiqa qo'yish mumkin. Olingan natijani yagona videofayl sifatida saqlashingiz yoki tanlagan saytingizga darhol yuklashingiz mumkin. Kate's Video Toolkit⁶⁴ videodasturi qo'shimcha ravishda videoni tahrir qilish imkoniyatini ham beradi. Siz o'z videolavhangizdan ortiqcha narsalarni olib tashlashingiz yoki

yetishmayotganini qo‘shishingiz mumkin. Shuningdek videoni turli formatlarga konvertatsiya qilish imkoniyati ham mavjud. Yagona kamchiligi, dastur oynasini butun ekranga kattalashtira olmaysiz. Qolganida esa mazkur dastur o‘zining soddaligi bilan ko‘plab muxlislariga ega. Longridning yana bir asosiy qismi infografikadir. Infografika -lotincha informatio —bayon qilish, xabar berish; yunon tilidagi γραφικός — yozma, va γράφω — yozayapman so‘zlaridan olingan bo‘lib, ma’lumotlar, bilim va axborotni grafika ko‘rinishda uzatish demakdir. Infografika nafaqat katta hajmdagi axborotni uzatish, balki predmetlar va faktlarning vaqt va makon birligidagi muvofiqligi va farqini ko‘rsatish imkoniga ham ega. Birinchi bo‘lib jurnalistikada matn va grafika orqali axborot uzatishdan 1982 yili “USA Today” gazetasining muharrirlari foydalana boshlashdi. Qisqa muddat ichida gazetaning adadi o‘tib, auditoriyasi kengaydi. Amerikalik o‘quvchilar tez orada infografikaning afzalligini tushunib yetishdi. Infografika gazeta sahifasida kamroq joy egallab, axborotni matnga nisbatan tezroq uzatar edi. Fotosuratdan farqli ravishda infografika tezis shakldagi sharhlarni ham o‘z ichiga jamlanishi bilan boshqa axborotlardan farq qilardi. Tezkor, dolzarb faktlarga, raqamlarga qiziqish, odamlarda kichik hajmdagi katta axborotni qabul qilishga intilishning kuchayishi natijasida infografika axborot uzatishda birinchi o‘rinlarga chiqmoqda. Hozirgi zamonda infografika diagramma va grafikalarda soatlab chizilib emas, balki zarur faktlarni keng miqyosda ko‘rsatish uchun qulay va oson bo‘lgan usul - diagramma 63

https://www.overclockers.ru/softnews/52650/Miniobzory_semi_luchshih_besplatn_yh_programm_dlya_redaktirovaniya_video.html 64 O‘sha yerda. ko‘rsatkichlarini interaktiv ravishda boshqarish imkoni bo‘lgan interfeyslarda yaratiladi. Ulardan biri Flash texnologiya bo‘lib, u chiroyli, interaktiv ko‘rinishga ega bo‘lgan, imkoniyatlari keng internet ilovalarni yaratish uchun kross-brauzer platforma sifatida asos bo‘lib xizmat qiladi. Ammo mazkur texnologiya ham qisqa vaqt ichida eskirib, uning o‘rniga shiddat bilan uyali aloqa qurilmalarida ham infografikani turli usulda yaratish imkoni bo‘lgan canvas va SVG texnologiyalar kirib kelmoqda.

IV. AMALIY MASHG‘ULOT MATERIALLARI

1-amaliy mashg‘ulot:

1-amaliy mashg‘ulot. Sanva.com yangi vizual janr sifatida. (2 soat).

Ishdan maqsad: Vertual mediamakonda turli madaniyatlar vakillarining samarali, noziddiyatli hamkorligini o‘rganish. Vertual mediamakonida kontent vositasida obraz va tashunchalarning interferensiyasi. “Yumshoq kuch” tushunchasi tahlilini o‘rganish. On-layn jurnalistikaning yangi mediaformatlari tipologiyasi va xususiyatlarini tahlil qilish.

Masalaning qo‘yilishi: Tinglovchi amaliy mashg‘ulotda keltirilgan vazifalarni bajarishi, tahlil qilishi lozim.

1–vazifa. Tegishli Internet saytlari orqali vertual mediamakonda turli madaniyatlar vakillarining samarali, noziddiyatli hamkorligini tahlil qiling. Turli madaniyatlar va qarashlarni birin-ketin yozib chiqing. Mana shu qilgan ishingizni natijalari yuzasidan o‘z fikringizni bayon qiling.

2–vazifa. Vertual mediamakonida kontent vositasida obraz va tashunchalarning interferensiyasini tahlil etgan holda o‘z fikringizni bayon qiling.

3–vazifa. Internet saytlarida yoritilgan “Yumshoq kuch” mavzusidagi maqolalarni tahlilini bayon qiling va ularning farqli tomonlarini ko‘satib bering.

4–vazifa. Internet saytlarida yoritilayotgan maqolalarni tahlil qiling. Bunda on-layn jurnalistikaning yangi mediaformatlari tipologiyasi va xususiyatlarini tahlil qiling va mulohazalaringizni bayon qiling.

5–vazifa. Milliy saytlarda mavzuga oid materiallarni qiyosiy tahlil qiling.

6–vazifa. Milliy saytlarda on-layn tarzda xabarlar yozib tarqatishni mashq qilish va xulosalarini bayon etish mahoratini ko‘rsating.

Tavsiya qilinadigan adabiyotlar:

I. Metodologik adabiyotlar

1. Rashidova D.K. Internet kak istochnik jurnalistskoy informatsii. – T.: Universitet. 1999 g.
2. Madrahimova F. Mediamadaniyat va mediasavodxonlikni shakllantirish davr talabi. <http://uza.uz>
3. Qosimova N. Internet jurnalistikaning texnologik asoslari. «Mahorat maktablari» uchun qo‘llanma. –T.: 1912 y.
4. Paul Kim. Massive Open Online Courses: The MOOC Revolution. Routledge; 1 edition 2014. - 176 pp.

2-amaliy mashg‘ulot:

2-amaliy mashg‘ulot. Feyk xabarlar va fotolar tushunchasi (2 soat).

Ishdan maqsad: On-layn muhitda auditoriya va muallif munosabatlari. Turli formatdagi internet axborotining auditoriya tomonidan qabul qilinishini o‘zlashtirish. Polimadaniy axborot makoni hamda “axborot xuruj”lari sharoitida On-layn materiallarni uzatish va uning ahloqiy jihatlari. Tarmoqdagi ommaviy kommunikatsiya vositalari rivojlanishiga doir futurologik konsepsiyalar mazmuni va ularning jamiyatga ta’siri. Tarmoq kommunikatsiyalari taraqqiyotidagi zamonaviy tendensiyalar. Onlayn jurnalistikada til vositalaridan unumli foydalanishni o‘zlashtirish. On-layn ommaviy kommunikatsiya vositalari uchun material tayyorlashning yangi uslub va metodikalari o‘zlashtirish.

Masalaning qo‘yilishi: Tinglovchi amaliy mashg‘ulotda keltirilgan vazifalarni bajarishi, tahlil qilishi lozim.

1–vazifa. Internet saytlari orqali On-layn muhitda auditoriya va muallif munosabatlarini o‘rganib tahlil qiling.

2–vazifa. Turli formatdagi internet axborotining auditoriya tomonidan qabul qilinishini o‘zlashtirgan holda o‘z fikringizni bayon qiling.

3–vazifa. Polimadaniy axborot makoni hamda “axborot xuruj”lari sharoitida On-layn materiallarni uzatish va uning ahloqiy jihatlari o‘zlashtirishga oid maqolalarni tahlil qiling.

4–vazifa. Tarmoqdagi ommaviy kommunikatsiya vositalari rivojlanishiga doir futurologik konsepsiyalar mazmuni va ularning jamiyatga ta’siri tahlil qiling va mulohazalaringizni bayon qiling.

5–vazifa. Tarmoq kommunikatsiyalari taraqqiyotidagi zamonaviy tendensiyalar qiyosiy tahlil qiling.

6–vazifa. On-layn jurnalistikada til vositalaridan unumli foydalanishni o‘zlashtirishga oid fikrlaringizni bayon qiling va ushbu mavzuda yoritilgan maqolalarni qiyosiy tahlil qiling.

7–vazifa. On-layn ommaviy kommunikatsiya vositalari uchun material tayyorlashning yangi uslub va metodikalari o‘zlashtirish mahoratini ko‘rsating.

8–vazifa. Muhim mavzuda xabarlar yozing va On-layn tarzda yoritish mahoratini ko‘rsating hamda shunday mavzudagi maqolalarni qiyosiy tahlil qiling.

Tavsiya qilinadigan adabiyotlar:

1. Zemlyanova L.M. Zarubejnaya kommunikativistika v preddverii informatsionnogo obshchestva. Tolkoviy slovar terminov i konsepsiy. –M.: Izd. MGU, 1999.
2. Zinovkina M.M. Pedagogicheskoye tvorchestvo / Modulno-kodovoye uchebnoye posobiye. –M.: MGIUb 2007.
3. Kalmikov A.A., Koxanova L.A., Internet-jurnalistika, –M.: YUNITI-DANA, 2005.

4. Lukina M.M., Fomicheva I.D., SMI v prostranstve Interneta. –M.: MGU, 2005.
5. Rashidova D.K. Internet kak istochnik jurnalistiskoy informatsii. – T.: Universitet. 1999 g.
6. Dadaxonov A. Onlayn jurnalistika taraqqiyotining asosiy tendensiyalari. Ma’ruza matni.
7. Tojialiyeu D. O‘zbekistonda internet jurnalistika. “Hurriyat” gazetasi, 2018 yil, 21 fevral.
8. Asranova S. Axborot xurujlaridan ogoh bo‘laylik. Ma’ruza matni.
9. Madrahimova F. Mediamadaniyat va mediasavodxonlikni shakllantirish davr talabi. <http://uza.uz>
10. Qosimova N. Internet jurnalistikaning texnologik asoslari. «Mahorat maktablari» uchun qo‘llanma. –T.: 1912 y.

3-amaliy mashg‘ulot:

3-amaliy mashg‘ulot. Ijtimoiy tarmoqlar va ularning tasnifi. (2 soat).

Ishdan maqsad: Auditoriyaning hamishtirokchiligini amalda bajarish. Ijtimoiy yo‘naltirilgan jurnalistika. Jurnalistika taraqqiyotidagi adaptiv yo‘nalishlar. Ijtimoiy tarmoqlar – madaniyatlararo dialog muhiti sifatida haqida tahliliy fikrlash va ijodiy yondashuv masalalarini amalda ko‘rib tahlil qilish.

Masalaning qo‘yilishi: Tinglovchi amaliy mashg‘ulotda keltirilgan vazifalarni bajarishi, tahlil qilishi lozim.

1–vazifa. Internet saytlarida auditoriyaning hamishtirokchiligini amalda bajarish mahoratini o‘rganib, uning o‘ziga xos jihatlarini tahlil qiling.

2–vazifa. Ijtimoiy yo‘naltirilgan jurnalistika masalalarini internet saytlarida yoritilayotgan maqolalar, xabarlar misolida tahlil qilgan holda o‘z fikringizni bayon qiling.

3–vazifa. Jurnalistika taraqqiyotidagi adaptiv yo‘nalishlarning o‘rnini baholab, tahlil qiling.

4–vazifa. Ijtimoiy tarmoqlar – madaniyatlararo dialog muhiti sifatida o‘rganib, u haqida tahliliy fikrlash va ijodiy yondashuv masalalarini amalda ko‘rib tahlil qiling va mulohazalaringizni bayon eting.

5–vazifa. Mavzuga oid maqolalarni qiyosiy tahlil qiling.

Tavsiya qilinadigan adabiyotlar:

1. Kalmikov A.A., Koxanova L.A., Internet-jurnalistika, –M.: YUNITI-DANA, 2005.

2. Lukina M.M., Fomicheva I.D., SMI v prostranstve Interneta. –M.: MGU, 2005.
3. Rashidova D.K. Internet kak istochnik jurnalistiskoy informatsii. – T.: Universitet. 1999 g.
4. Dadaxonov A. Onlayn jurnalistika taraqqiyotining asosiy tendensiyalari. Ma’ruza matni.
5. Tojialiyev D. O‘zbekistonda internet jurnalistika. “Hurriyat” gazetasi, 2018 yil, 21 fevral.
6. Asranova S. Axborot xurujlaridan ogoh bo‘laylik. Ma’ruza matni.
7. Madrahimova F. Mediamadaniyat va mediasavodxonlikni shakllantirish davr talabi. <http://uza.uz>
8. Qosimova N. Internet jurnalistikaning texnologik asoslari. «Mahorat maktablari» uchun qo‘llanma. –T.: 1912 y.

4-amaliy mashg‘ulot. Ommaviy kommunikatsiya tizimida bloglarning tutgan o‘rni (2 soat).

Ishdan maqsad: Auditoriyaning hamishtirokchiligini amalda bajarish. Ijtimoiy yo‘naltirilgan jurnalistika. Jurnalistika taraqqiyotidagi adaptiv yo‘nalishlar. Ijtimoiy tarmoqlar – madaniyatlararo dialog muhiti sifatida haqida tahliliy fikrlash va ijodiy yondashuv masalalarini amalda ko‘rib tahlil qilish.

1–vazifa. Ijtimoiy yo‘naltirilgan jurnalistika masalalarini internet saytlarida yoritilayotgan maqolalar, xabarlar misolida tahlil qilgan holda o‘z fikringizni bayon qiling.

2–vazifa. Jurnalistika taraqqiyotidagi adaptiv yo‘nalishlarning o‘rnini baholab, tahlil qiling.

3–vazifa. Ijtimoiy tarmoqlar – madaniyatlararo dialog muhiti sifatida o‘rganib, u haqida tahliliy fikrlash va ijodiy yondashuv masalalarini amalda ko‘rib tahlil qiling va mulohazalaringizni bayon eting.

4–vazifa. Mavzuga oid maqolalarni qiyosiy tahlil qiling.

Tavsiya qilinadigan adabiyotlar:

1. Kalmikov A.A., Koxanova L.A., Internet-jurnalistika, –M.: YUNITI-DANA, 2005.
2. Lukina M.M., Fomicheva I.D., SMI v prostranstve Interneta. –M.: MGU, 2005.
3. Rashidova D.K. Internet kak istochnik jurnalistiskoy informatsii. – T.: Universitet. 1999 g.
4. Dadaxonov A. Onlayn jurnalistika taraqqiyotining asosiy tendensiyalari. Ma’ruza matni.
5. Tojjaliyev D. O‘zbekistonda internet jurnalistika. “Hurriyat” gazetasi, 2018 yil, 21 fevral.
6. Asranova S. Axborot xurujlaridan ogoh bo‘laylik. Ma’ruza matni.
7. Madrahimova F. Mediamadaniyat va mediasavodxonlikni shakllantirish davr talabi. <http://uza.uz>
8. Qosimova N. Internet jurnalistikaning texnologik asoslari. «Mahorat maktablari» uchun qo‘llanma. –T.: 1912 y.

5-amaliy mashg‘ulot. Jurnalist va blogger faoliyatining xususiyatlari.

Ishdan maqsad: Auditoriyaning hamishtirokchiligini amalda bajarish. Ijtimoiy yo‘naltirilgan jurnalistika. Jurnalistika taraqqiyotidagi adaptiv yo‘nalishlar. Ijtimoiy tarmoqlar – madaniyatlararo dialog muhiti sifatida haqida tahliliy fikrlash va ijodiy yondashuv masalalarini amalda ko‘rib tahlil qilish.

1–vazifa. Tarmoq kommunikatsiyalari taraqqiyotidagi zamonaviy tendensiyalar qiyosiy tahlil qiling.

2-vazifa. On-layn jurnalistikada til vositalaridan unumli foydalanishni o‘zlashtirishga oid fikrlaringizni bayon qiling va ushbu mavzuda yoritilgan maqolalarni qiyosiy tahlil qiling.

3-vazifa. On-layn ommaviy kommunikatsiya vositalari uchun material tayyorlashning yangi uslub va metodikalari o‘zlashtirish mahoratini ko‘rsating.

4-vazifa. Muhim mavzuda xabarlar yozing va On-layn tarzda yoritish mahoratini ko‘rsating hamda shunday mavzudagi maqolalarni qiyosiy tahlil qiling.

Tavsiya qilinadigan adabiyotlar:

1. Zemlyanova L.M. Zarubejnaya kommunikativistika v preddverii informatsinnogo obshestva. Tolkoviy slovar terminov i konsepsiy. –M.: Izd. MGU, 1999.

2. Zinovkina M.M. Pedagogicheskoye tvorchestvo / Modulno-kodovoye uchebnoye posobiye. –M.: MGIUb 2007.

3. Kalmikov A.A., Koxanova L.A., Internet-jurnalistika, –M.: YUNITI-DANA, 2005.

4. Lukina M.M., Fomicheva I.D., SMI v prostranstve Interneta. –M.: MGU, 2005.

5. Rashidova D.K. Internet kak istochnik jurnalistiskoy informatsii. – T.: Universitet. 1999 g.

6. Dadaxonov A. Onlayn jurnalistika taraqqiyotining asosiy tendensiyalari. Ma’ruza matni.

7. Tojialiyev D. O‘zbekistonda internet jurnalistika. “Hurriyat” gazetasi, 2018 yil, 21 fevral.

8. Asranova S. Axborot xurujlaridan ogoh bo‘laylik. Ma’ruza matni.

9. Madrahimova F. Mediamadaniyat va mediasavodxonlikni shakllantirish davr talabi. <http://uza.uz> 10. Qosimova N. Internet jurnalistikaning texnologik asoslari.

«Mahorat maktablari» uchun qo‘llanma. –T.: 1912 y.

V. GLOSSARIY

AnimatsiY. Bu internetda bir necha rasmlarning progressiv tarzda ishlatilishi va harakatni keltirib chiqarishidir. Ko'pgina saytlarda undan ma'lumotlar lentasini almashib turuvchi suratlar orqali berishda keng qo'llaniladi. «Ayni paytda internetdagi 88 foiz veb-sahifalarda animatsiyalardan foydalaniladi».

Axborot madaniyati – axborotlashgan jamiyat fuqarolarining axborot bilan ishlashi va uni kompyuter axborot texnologiyalari yordamida yaratish, qayta ishlash va uzatish qobiliyatiga aytiladi.

Axborot - bu eng oxiridagi foydalanuvchi tomonidan olingan tushunchalar va foydali deb baholangan yangi ma'lumot.

Axborot resurslari - jamiyatda maxsus qo'llash uchun insonlar tomonidan tayyorlangan va mashina tashuvchiga o'rnatilgan bilimlar.

Axborot potentsiali – jamiyat axborot resurslarini qo'llashga imkon beruvchi vositalar, uskunalar va sharoitlar to'plami.

Axborotlashgan jamiyat – ko'pchilik ishlovchilarning axborot, ayniqsa uning oliy shakli bo'lmish bilimlarni ishlab chiqish, saqlash, qayta ishlash va amalga oshirish bilan band bo'lgan jamiyatidir.

Axborot mahsuloti va hizmatlari – axborot kommunikatsiya texnologiyalari mahsuloti bo'lib, ularning axborot resurslarida qo'llanilishi jarayoni oqibatida qandaydir yangi axborot yoki yangi shakldagi axborot hosil qilinadi.

Axborot texnologiyasi (AT) – obyekt, jarayon yoki xodisaning xolati haqida yangi sifat axboroti olish uchun ma'lumotlar yig'ish, qayta ishlash va uzatish (boshlang'ich axborot) vosita va uslublari jamlanmasidan foydalanadigan jarayon.

Axborot havfsizligi – qimmatli ma'lumotlar darajasiga kirish ruxsatini o'zgartirishga, u yoki bu ma'lumotlarni yo'qotishga, ko'rinishini tabiiy yoki sun'iy xususiyatlarini o'zgartirishga qaratilgan xattiharakatlardan himoyalovchi axborot tizimi.

Axborot faoliyati - tizimtik ravishda alohida shaxslar, shaxslar guruhi, tashkilotlar tomonidan amalga oshiriladigan va axborotni yig'ish, o'zgartirish, saqlash, qidirish va tarqatish jarayonlarining to'plami.

Amaliy dasturiy vositalar va amaliy dasturiy qarorlar – ishlab chiqarish va biznesniYU muhim funksiyalarini amalga oshirish uchun zarur bo'lgan, maxsus masalalarni yechishga mo'ljallanib yaratilgan dasturlar.

Amaliy dasturlar paketi (ADP) – bu muayyan (funktsional tizimosti, biznes - ilova) sinf vazifalarini hal etish uchun mo'ljallangan dasturlar majmui.

Avtomatlashtirish darajasi – ish joyida, bo'limda, korxonada axborot texnologiyalari vositalarini qo'llash darajasi.

Avtomatlashtirilgan axborot texnologiyalari – axborot jarayonini amalga oshiruvchi dasturiy – texnik vositalar.

Axborot – mantiqiy model (AMM) - predmet sohasini va ular orasidagi bog‘lanishlarni axborot obyektlari (mohiyatlari) majmuasiga aytiladi.

Axborot mahsulotlari va xizmatlari bozori – tijorat asosida mahsulot va xizmatlar nomenklaturasi, ularni bahosi, taqdim etish mexanizmi va shartlarini axborot mahsulotlari va xizmatlarini sotishga nisbatan iqtisodiy, huquqi va tashkiliy tizimlar.

Axborot industriyasi – davlat organlari, yuridik shaxslar, jismoniy shaxslar tomonidan tadbirkorlik faoliyati yo‘nalishida axborot mahsulotini ishlab chiqarish.

Axborot obyekti - predmet sohasini - real obyekt, jarayonni, hodisa yoki namoyon bo‘lishning qaysidir mohiyatini tasvirlashga aytiladi. Axborot obyekti (mohiyati) obyektning (mohiyatni) sifat va miqdoriy tavsiflarini ko‘rsatib beruvchi mantiqiy o‘zaro bog‘langan atributlar(xossalar) to‘plami ko‘rinishida shakllanadi.

Axborot jihatlari - axborotni uchta asosiy jihatdan ko‘rib chiqish mumkin, ya‘ni, pragmatik, semantik va sintaksis tomonidan. Axborotni aynan shu jihatdan ko‘rib chiqish avtomatlashtirilgan axborot tizimini loyihalashtirishda muhim ahamiyatga ega. Pragmatik jihat axborotlarning amaliy jihatdan foydaligi, iste‘molchi uchun qanchalik qimmatli ekanligi va qaror qabul qilishdagi ahamiyati nuqtai nazaridan ko‘rib chiqadi. Axborotni pragmatik o‘rganish boshqaruvning turli darajalarida qarorlar qabul qilish uchun zarur bo‘lgan ko‘rsatkichlar tarkibini aniqlash, ko‘rsatkichlar va hujjatlarning unifikatsiyalashtirilgan tizimini ishlab chiqish imkonini beradi. Semantik jihat axborotlarni o‘rganishda axborotning mohiyatini ochish va uning elementlarining mazmunan ahamiyati o‘rtasidagi munosabatlarni ko‘rsatish imkonini beradi.

Axborot zaxiralari – alohida hujjat va alohida hujjat to‘plami, axborot tizimlari (kutubxona, arxiv, fond, ma‘lumotlar banklari, boshqa axborot tizimlari) dagi hujjatlar va hujjatlar to‘plami.

Axborot – kommunikatsion texnologiyalar – texnik, dasturiy, kommunikatsion ta‘minot komponentlari hamda turli ko‘rinishdagi texnik, dasturiy va kommunikatsion xizmatlarni o‘z ichiga oluvchi ma‘lumotlarga ishlov berishning usul va vositalari.

Audio – Turli formatlarda beriluvchi audio ma‘lumotlar, ko‘proq intervyu janridagi materiallarda foydalaniladi. Tezligi yuqori bo‘lmagan internet provayderlarida audio ma‘lumotlarni eshitish biroz qiyinchilik tug‘diradi. Uning ustunligi shundaki, rasm kabi u ham ta‘sirchan dalil bo‘lishi mumkin.

Video – elektron nashrlarda kengroq foydalanilayotgan multimedia vositalaridan biri. U ham xabar ta‘sirchanligi va ishonarliligini oshirishda qo‘l keladi. Ayniqsa, bugungi kunda videolavhalarni havaskor videoapparat yoki uyali telefonda olish imkoniyati videomateriallarning ortishi va ularga bo‘lgan qiziqish kuchayishiga sabab bo‘lmoqda. Ammo videolavha kiritilgan sahifani ochish va yuklash qiyinchilik tug‘diradi.

Geografik axborot tizimlari – shahar va regionlarda rejalashtirish, nazorat va monitoring jarayonlarini ta'minlashga mo'ljallangan tizimlar.

Gipermatn – boshqa matnli hujjatlarga yo'l ko'rsatuvchi matndir. Bu esa boshqa matnli fayllarga tezda o'tish imkonini beradi. Gipermatnlar yordamida WWW (World Wide Web – butunjahon o'rgimchak to'ri) hujjatlariga ya'ni halqaro kompyuter tarmog'iga kirish va ulardagi ma'lumotlar bilan tanishish mumkin.

Dasturiy interfeys – hisoblash tizimi doirasida qurilma va dasturlar o'zaro ta'sirini ta'minlovchi vositalar yig'indisi.

Dastlabki kalit (DK) - yozuvni ma'no jihatidan bir xillashtiruvchi bir yoki bir necha maydonlar. Agar dastlabki kalit bir maydondan iborat bo'lsa u oddiy deyiladi, agar bir necha maydonli bo'lsa – turli tarkibli kalit hisoblanadi.

Dasturiy mahsulotlar – tijorat sotuvi, prokat, ijaraga berish, yoki dasturlar paketi lizingi uchun maxsus yig'ilgan va tizimli yoki mustaqil yetkazib beruvchilar tomonidan taqdim etilgan hujjatlashtirilgan mahsulotlar.

Yozuv - mantiqan bog'langan rekvizitlarga mos keluvchi maydonlar yig'indisidir. Yozuvning tuzilishi o'z tarkibiga kiruvchi har bir oddiy ma'lumotga ega maydonlar tarkibi va ketma-ketligi bilan belgilanadi.

Jadval - real olam axborotini – mohiyatini aks ettiradi, uning har bir satri (yozuvi) esa obyektning aniq bir nusxasini – nusxa mohiyatini aks ettiradi. Jadvalning har bir ustuni ushbu jadvalda unikal nomga ega. Jadval kamida bir ustunga ega bo'lishi kerak.

Informatika– kompyuterlar yordami va ularni qo'llash muhiti vositasida axborotni yangilash jarayonlari bilan bog'liq inson faoliyati sohasi.

Ishchi stansiyalar – muayyan turdagi (grafik, muxandislik, nashriyot va boshqalar) ishlarni bajarishga ixtisoslashtirilgan bir kishi foydalanadigan qudratli mikro- EHM lar.

Iyerarxik modellar - daraxtsimon strukturali ma'lumotlar bazalarini qurish imkoniyatini beradi. Ularning har bir bo'g'imi o'zining ma'lumotlari turiga (mohiyatiga) ega.

Indeksatsiyalash - kalit bilan fayl yozuvlariga kirishning samarali vositasi indeksatsiyalashdir. Indeksatsiyalashda indeksli qo'shimcha fayl yaratiladi. U ma'lumotlar fayli kalitining barcha mazmunini tartiblashtirib o'zida saqlaydi.

Informatika - Axborot xususiyatlarini o'rganish, uni yig'ish, saqlash, qidirish, qayta ishlash, o'zgartirish hamda inson faoliyatining turli sohalarida foydalanish va tarqatish bilan shug'ullanadigan fan inshakltika, deb ataladi.

«**Interaktivlik**» so'zining lug'aviy ma'nosida (ingliz tilida «inter»o'zaro, «action»-harakat, faoliyat) harakatlanish, o'zaro ta'sir qilish, tor ma'noda axborot almashish, keng ma'noda esa ijtimoiy ta'sir ko'rsatish, muloqot jarayonida axborot almashinuvining ikki taraflama faollashuvi nazarda tutiladi». Internetning interaktiv vositalariga bir qancha

Iqtisodiy axborot – ijtimoiy va iqtisodiy jarayonlar haqidagi ma'lumotlar to'plami bo'lib, bu ma'lumotlar ushbu jarayonlarni, ishlab chiqari va noishlab chiqarish sohalaridagi insonlar jamoasini boshqarishda foydalaniladi.

Yo'qotish anomaliyasi - Agar ba'zi mahsulotlarni yetkazib berish to'xtatilgan bo'lsa, ma'lumotlar bazasida mahsulot va uning bahosi haqidagi (xatto u yetkazib beruvchilarda mavjud bo'lsa ham) ma'lumotlarni yo'qotishga to'g'ri keladi.

Kiritish anomaliyasi - Agar yetkazib beruvchida yangi mahsulot paydo bo'lsa, mahsulot va uning bahosi haqidagi axborotlar yetkazib beruvchi uni yetkazib bermaguncha ma'lumotlar bazasida saqlanib qolishi mumkin emas.

Kibernetika – texnik , biologik, ijtimoiy va boshqa turli tizimlarda boshqaruvning umumiy tamoyillari haqidagi fan.

Qobiq – biror bir dastur va foydalanuvchi o'rtasidagi qatlam yoki boshqa dastur ustida usqurtma bo'lgan dastur.

Maydon - ma'lumotlarni tashkil etishning oddiy birligi bo'lib, axborotning alohida, bo'linmas birligi bo'lishi rekvizitga mos keladi.

Ma'lumotlar - Axborot iste'molchiga yetib borguncha bir qator o'zgarishlarga uchraydi. Oraliq bosqichlarda xabarning mohiyatiga ko'ra xususiyati ikkinchi darajaga tushib qoladi, natijada «axborot» tushunchasi nisbatan cheklangan «ma'lumotlar» tushunchasi bilan almashtiriladi. Shuning uchun ham ma'lumotlarni axborotning kompyuterdagi tasviri deb aytilish mumkin.

Ma'lumotlar bazalari – o'zaro bog'langan ma'lumotlar, qoidalar to'plami bo'lib tashkil qilinishi ma'lumotlar bilan ish olib borishni, tasvirlashni va saqlashning umumiy tamoyillariga asoslangan bo'ladi.

Ma'lumotlar modeli - ma'lumotlar strukturalari majmui va ular ustida olib boriladigan amallardir. Bog'lanishlarning o'rnatilish usuliga ko'ra ma'lumotlar o'rtasida iyerarxik, tarmoqli va relyatsion modellar mavjud.

Malumotlarga ishlov berish - bir xil turdagi strukturali ma'lumotlar yozuvlarini ajratib olish va guruxlash, saralash, kiritish, saqlash bilan bog'liq masalalarni yechishning maxsus sinfi hisoblanadi. Ushbu sinf masalalari magazin va omborlardagi tovarlar hisobini yuritishda, ish haqini hisoblashda, ishlab chiqarishni, moliyani, telekommunikatsiyani boshqarishda yechiladi.

Mehnat resurslari – jamiyatda ishlash uchun umumta'lim va kasbiy bilimga ega kishilar;

Moddiy resurslar- jamiyat mahsulotlari ishlab chiqarish jarayonida foydalanish uchun mo'ljallangan mehnat va xom-ashyolari majmuidir. Masalan, xom-ashyo, materiallar, yoqilg'i, energiya, yarim tayyor mahsulotlar, detallar va hakoza

Mijoz (klijent) – vazifa, ishchi stansiya yoki kompyuter tarmog'idan foydalanuvchi.

Moliyaviy resurslar – davlat yoki tijorat tarkibi ixtiyoridagi pul manbalari.

Meyorlashtirish - berilgan sxema (yoki munosabatlar yig'indisi)ni munosabatlari ko'proq oddiy va regulyar tuzilmaga ega bo'lgan boshqa sxema bilan qadamma-qadam almashtirish jarayoni.

Multimedia – ingliz tilidagi “multi” va “media” so'zlaridan olingan bo'lib “ko'p”, “bir necha” va “axborot uzatuvchi vositalar” ma'nolarini bildiradi. Demak, multimedia tushunchasini – bir necha usulda axborot uzatish deb qabul qilish mumkin.

Predmet sohasining axborot obyekti - bu muayyan mohiyat, ya'ni MBda ular haqida axborot bo'lishi lozim bo'lgan real obyekt, hodisa, jarayon yoki voqeaning axborot tarzida aks ettirilishi. Axborot obyekti axborotning tarkibiy birligi sanaladi va meyorlashtirish talablariga javob berishi lozim.

Sensor ekranlar – tasvirlar, dastur yoki buyruqlar ayrim elementlarini displey ekranida SHK ga kiritish uchun mo'ljallangan.

Serverlar – barcha stansiya tarmoqlaridan olingan so'rovlarni qayta ishlash uchun ajratilgan ko'p kishi foydalanadigan qudratli mikroEHMLar.

Skaner – qog'ozli tashuvchilardan avtomatik hisoblash va SHK ga mashinada yozilgan matnlar, grafiklar, rasmlar, chizmalarini kiritish uchun mo'ljallangan moslama.

Tabiiy resurslar – insonlarning moddiy va ma'naviy ehtiyojlarini qondirish uchun jamiyat tomonidan foydalaniladigan obyektlar, jarayonlar, tabiat sharoitlari, jarayonlari, obyektlari.

Tashkilot – bu turg'un shakl ijtimoiy struktura hisoblanib, u resurslarni atrof-muhitdan oladi va ularni o'zining faoliyatida mahsulotga aylantiradi.

Tashkilotning avtomatlashtirilgan axborot boshqaruv tizimi - Korxonada maqsadlaridan kelib chiqqan xolda axborotni yig'ish, qayta ishlash, taqsimlash, saqlash, chiqarishga mos talablari asosidagi ma'lumotlar, uskunalar, dasturiy vositalar, xodimlar, standart mulojaalarning o'zaro bog'langan to'plami.

Tezaurus – axborotdan foydalanuvchi yoki tizimga ega bo'lgan ma'lumotlar jamlanmasi.

Telekommunikatsiya – kompyuter tarmoqlari va zamonaviy texnik aloqa vositalari negizida ma'lumotlarni masofadan uzatish.

Texnik va dasturiy xizmat ko'rsatish – texnik vositalar va dasturiy ta'minotni ishchi xolatda ta'minlab turuvchi ish kompleksi.

Uzel – tarmoqning uzatish vositasiga ulangan har qanday qurilma.

Fayl – axborot tashuvchi mashinaga taqdim etilgan ma'lumotlarning nomlangan yig'indisi.

Foydalanuvchi interfeys – foydalanuvchining dasturiy yoki EHM bilan o'zaro ta'siridagi dasturiy va apparat vositalaridir.

Hayot sikli - axborot mahsuloti va xizmatiga zarurat tug'ilishidan boshlab ularni ishlatib bo'lgunga qadar ketgan davrga aytiladi.

Hujjat shakli - hujjatlar belgilangan tartibda rasmiylashtiriladi va to'ldiriladi. Har bir hujjat shakl (maket) bilan aniqlanadigan doimiy qismga ega. Hujjat shakli hujjatda saqlanadigan axborot strukturasi aks ettiradi va hujjat tarkibiga kiruvchi rekvizitlar tarkibini, nomini va joylanishini belgilaydi.

VI ADABIYOTLAR RO‘YXATI

I. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining asarlari

1. Mirziyoyev SH.M. Niyati ulug‘ xalqning ishi ham ulug‘, hayoti yorug‘ va kelajagi farovon bo‘ladi. 3-JILD / SH.M. Mirziyoyev. – T.: “O‘zbekiston”, 2019. – 592 b.
2. Mirziyoyev SH.M. Xalqimizning roziligi bizning faoliyatimizga berilgan eng oliy bahodir. 2-JILD / SH.M. Mirziyoyev. – T.: “O‘zbekiston”, 2019. – 400 b.
3. Mirziyoyev SH.M. Milliy taraqqiyot yo‘limizni qat’iyat bilan davom ettirib, yangi bosqichga ko‘taramiz. 1-JILD / SH.M. Mirziyoyev. – T.: “O‘zbekiston”, 2018. – 592 b.
4. Mirziyoyev SH.M. Buyuk kelajagimizni mard va olijanob halqimiz bilan birga quramiz. – T.: “O‘zbekiston”. 2017. – 488 b.
5. Mirziyoyev SH.M. Milliy taraqqiyot yo‘limizni qat’iyat bilan davom ettirib, yangi bosqichga ko‘taramiz – T.: “O‘zbekiston”. 2017. – 592 b.

II. Normativ-huquqiy hujjatlar

6. O‘zbekiston Respublikasining Konstitusiyasi. – T.: O‘zbekiston, 2018.
7. O‘zbekiston Respublikasining “Ta’lim to‘g‘risida”gi Qonuni.
8. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2015 yil 12 iyun “Oliy ta’lim muasasalarining rahbar va pedagog kadrlarini qayta tayyorlash va malakasini oshirish tizimini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PF-4732-sonli Farmoni.
9. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 7 fevral “O‘zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo‘yicha Harakatlar strategiyasi to‘g‘risida”gi 4947-sonli Farmoni.
10. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 20 aprel "Oliy ta’lim tizimini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PQ-2909-sonli Qarori.
11. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 21 sentabr “2019-2021 yillarda O‘zbekiston Respublikasini innovatsion rivojlantirish strategiyasini tasdiqlash to‘g‘risida”gi PF-5544-sonli Farmoni.
12. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 27 may “O‘zbekiston Respublikasida korrupsiyaga qarshi kurashish tizimini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PF-5729-son Farmoni.
13. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 17 iyun “2019-2023 yillarda Mirzo Ulug‘bek nomidagi O‘zbekiston Milliy universitetida talab yuqori

bo‘lgan malakali kadrlar tayyorlash tizimini tubdan takomillashtirish va ilmiy salohiyatini rivojlantiri choratadbirlari to‘g‘risida”gi PQ-4358-sonli Qarori.

14. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 27 avgust “Oliy ta’lim muassasalari rahbar va pedagog kadrlarining uzluksiz malakasini oshirish tizimini joriy etish to‘g‘risida”gi PF-5789-sonli Farmoni.

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

SH. Maxsus adabiyotlar

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

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

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

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

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

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

22. Herlander Elias. Post-Web. The Continuous Geography of Digital Media. Formal Press Publishing House. Portugal. 2012. B. 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 Accoun 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. Asekretov O.K., Borisov B.A., Bugakova N.Y. i dr. Sovremenniy obrazovatelniye texnologii: pedagogika i psixologiya: monografiya. – Novosibirsk: Izdatelstvo SRNS, 2015. – 318 s. <http://science.vvsu.ru/files/5040BC65-273B-44BB-98C4-CB5092BE4460.pdf>
33. Belogurov A.Y. Modernizatsiya protsessa podgotovki pedagoga v kontekste innovatsionnogo razvitiya obshestva: Monografiya. — M.: MAKSS Press, 2016. — 116 s. ISBN 978-5-317-05412-0.
34. Vartanovoy YE. L. — Osnovi mediabiznesa: Ucheb. posobiye dlya studentov vuzov / Pod red. 075 M.: Aspekt Press, 2009. – 360 s.
35. Virkovskiy A. V. Redaktsionniy menedjment v pechatnix i onlaynovix massmedia: protsessniy podxod, “Media Mir”, M.: 2016.
36. Gafurova P.A., Matviyenko V.V. Televideniye Uzbekistana: istoriya, problemi, perspektivi // Kultura i sivilizatsiya. 2019. Tom 9. № 5A. - S. 215-223.
37. Gulobod Qudratulloh qizi, R.Ishmuhamedov, M.Normuhamedova. An’anaviy va noan’anaviy ta’lim. – Samarqand: “Imom Buxoriy xalqaro ilmiy-tadqiqot markazi” nashriyoti, 2019. 312 b.
38. Jurnalistika. 10 jildli nashr. T.: O‘zbekiston, 2019.
39. Zimin M. A. Sistema upravleniya izdatelskim delom : marketingoviy texnologii raboti s periodicheskoy pechatnoy produkciyey : dis. ... kand. sotsiol. nauk : 22.00.08 / Zimin Maksim Andreyevich. - M., 2001. - 113 s. ; Chast avtoreferata [Elektronniy resurs].
40. Ibraymov A.YE. Masofaviy o‘qitishning didaktik tizimi. metodik qo‘llanma/ tuzuvchi. A.YE. Ibraymov. – Toshkent: “Lesson press”, 2020. 112 bet.
41. Ignatova N. Y. Obrazovaniye v sifrovuyu epoxu: monografiya. M-vo obrazovaniya i nauki RF. – Nijniy Tagil: NTI (filial) UrFU, 2017. – 128 s. http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/54216/1/978-5-9544-0083-0_2017.pdf
42. Ismailova K.F. Golos peremen. T.: Nasaf, 2011
43. Ismailova K.F. Mediaobrazovaniye v Uzbekistane: tendensii, problemi, perspektivi// www.journal.fledu.uz. №6(14), 2016. – S.121-126.
44. Ismailova K.F. Osnovniye tendensii razvitiya sovremennogo radioveshaniya Uzbekistana// O‘zbekistonda xorijiy tillar. Ilmiy-metodik elektron jurnal. T.2017, №3(17). – S.179-185.
45. Ishmuhamedov R.J., M.Mirsoliyeva. O‘quv jarayonida innovatsion ta’lim texnologiyalari. – T.: «Fan va texnologiya», 2014. 60 b.
46. Kalmikov A.A. Internet - jurnalistika A.A. Kalmikov, L.A. Koxanova - M . Yuniti - Dana., 2005.

47. Karimov A. Audiovizual jurnalistika. O'UM. T.: O'zDJTU, 2019. – 132 b.
48. Kirillova, N. B. Mediakultura i osnovi mediamenedjmenta. : [ucheb. posobiye] /N. B. Kirillova. – Yekaterinburg : Izd-vo Ural. un-ta, 2014. – 184 s.
49. Klyuev Y.V. Radiojurnalistika: osnovi professii. Ucheb, posobiye / Y. V. Klyuev. SPb. In-t «Vissh, shk. jurn. i mas, kommunikatsiy» SPbGU, 2015. — 151 s.
50. Qosimova N. Onlayn jurnalistika. Darslik.T., 2019
51. Qosimova N. O'zbekiston ommaviy axborot vositalari barqaror rivojlanish manfaatlari yo'lidagi ta'lim sohasida hamkor sifatida. O'quv qo'llanma. – T.: YUNESKO. 2018.
52. Quدراتxo'jayev SH. Internet: tarixi, tuzilishi, texnik xavfsizlik. –T.: O'zbekiston. 2011.
53. Quدراتxo'jayev SH.T. Internetda va axborot. O'quv-uslubiy qo'llanma. Toshkent 2012 yil.
54. Litvinenko I.V. Radio v multimediyoy srede: spetsifika funkcionirovaniY. Dissertatsiya na soiskaniye uchenoy stepeni kandidata filologicheskix nauk. M., 2015.
55. Matyakubov A., Dadaxonov A. Jurnalistikada AKT. (o'quv qo'llanma). T.: Qaenus media, 2019. – 180 b.
56. Muratov S. A. Televidionnaya jurnalistika. Televideniye v poiskax televideniya : uchebnoye posobiye dlya vuzov / S. A. Muratov. — 3-ye izd., ispr. i dop. — Moskva : Izdatelstvo Yurayt, 2020. — 240 s.
57. Muratova N.F. Internet jurnalistika Uzbekistana: funkcionirovaniye Internet SMI v usloviyax globalnogo informatsionnogo rinka”. MonografiY. Germaniya, Lab Academic Publishing. 2013. 58. Muslimov N.A va boshqalar. Innovatsion ta'lim texnologiyalari. O'quv-metodik qo'llanma. – T.: “Sano-standart”, 2015. – 208 b.
59. Oliy ta'lim tizimini raqamli avlodga moslashtirish konsepsiyasi. Yevropa Ittifoqi Erasmus+ dasturining ko'magida.
https://hiedtec.ecs.uni-ruse.bg/pimages/34/3_UZBEKISTAN-CONCEPT-UZ.pdf
60. Toshpo'latova N. Saidov F. Jurnalistikaning huquqiy asoslari. Darslik. – Toshkent., 2019.
61. Usmonov B.SH., Habibullayev R.A. Oliy o'quv yurtlarida o'quv jarayonini kredit-modul tizimida tashkil qilish. O'quv qo'llanma. T.: “Tafakkur” nashriyoti, 2020 y. 120 bet.

IV. Internet saytlar

62. O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligi:

www.edu.uz.

63. Bosh ilmiy-metodik markaz: www.bimm.uz

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

65. Otkritoye obrazovaniye. <https://openedu.ru/>