

INTERNET JURNALISTINING IJODIY LABORATORIYASI: YUTUQLAR, MUAMMO VA TAKLIFLAR

Shohista Yunusaliyeva

Respublika Ma'naviyat va ma'rifat markazi

yetakchi mutaxassisi,

O'zMU mustaqil tadqiqotchisi

tel: 99.088.27.92

el.pochta shahobova92@list.ru

Annotatsiya: *O'tgan asrda yashagan mashhur Marshall Maklyuen (Kanada) bashorat qilganidek, bugungi kunga kelib, mobil telefondek yangi ommaviy axborot vositasi o'z egalarini o'ziga xos imtihondan o'tkazmoqda. Telefon orqali salomlashish, suhbatlashish, fikr aytish, mulohaza yuritish, axborot jo'natish, bahslashish madaniyatini, odobini, mahoratini nechog'li egallagansiz, degan savollarga tutmoqda. Hozirgi yaratilgan axborot erkinligi muhiti har bir vatandoshimiz, millatdoshimiz oldiga mana shu singari ko'plab savollarga ma'rifatli javob qaytara olishdek g'oyatda muhim vazifani ko'ndalang qo'ymoqda. Ushbu tadqiqot ishida aynan internet jurnalistikasi, soha vakillarining ijodiy mahorati, muammo va kamchiliklari bilan bir qatorda internet jurnalistikasini rivojlantirish borasidagi taklif hamda tavsiyalar bayon etilgan.*

Kalit so'zlar: *internet jurnalistikasi, ijodiy mahorat, janrlar xususiyati, bloger.*

Аннотация: *По предсказанию знаменитого Маршалла Маклюэна (Канада), жившего в прошлом веке, сегодня такое новое средство массовой информации, как мобильный телефон, подвергает своих владельцев особым испытаниям. Он спрашивает, насколько вы овладели культурой, манерами и навыками приветствия, разговора, выражения мнения, рассуждения, передачи информации, спора по телефону. Созданная сейчас среда свободы информации ставит перед каждым нашим соотечественником и соотечественниками чрезвычайно важную задачу - суметь дать просвещенные ответы на многие подобные вопросы. В данной исследовательской работе описаны предложения и рекомендации по развитию интернет-журналистики, а также проблемы и недостатки творческих способностей представителей отрасли.*

Ключевые слова: *интернет-журналистика, творческие способности, жанры, блогер.*

KIRISH.

Globalashuv davrida inson va jamiyat

hayotida katta o'zgarishlar qurshovida ekanini ko'rib, kuzatib turibmiz Ana shu shiddatli o'zgarishlarning bosh sababchisi AXBOROT ekani esa allaqachon dunyo afkor ommasi

tomonidan e'tirof etilgan. Axborot odamni, dunyoqarashlarni, an'anayu qadriyatlarni, xalqni, jamiyatni, davlat tutumlarini o'zgartirmoqda. Muloqotlaru munosabatlarni mutlaqo kutilmagan va favqulodda o'zanlarga burib yubormoqda. Zamondoshlarimizning bugungi kuni, ertasi va istiqboli ularning axborotga, axborot oqimiga munosabatidan kelib chiqib belgilanmoqda.

Vaziyat va holatning paradoksal darajada ajabtovurligini qarangi, dunyoni va odamni o'zgartirayotgan axborot dunyosining o'zi ham o'zgarishga, yangilanishga yuz tutmoqda. Odatda dunyo mamlakatlari uch toifaga -- taraqqiy topgan, rivojlanayotgan va rivojlanmagan davlatlarga tabaqalashtiriladi. Endi bu tabaqalashtirishda axborotlashtirish qay darajada ekani eng muhim va zarur ko'rsatkichlardan biriga aylanib bormoqda. Chunki aholining axborot olish va tarqatish imkoniyati jamiyatda ijtimoiy komillik poydevori bo'lmish emin-erkin fikrlash muhiti yaratilganidan dalolatdir.

Hozirga kelib birorta davlat global axborot oqimidan chetda qolmagan, desak yangilishmaymiz, zero, zamonaviy texnologiya vositalari oldida hech qanday to'siq-chegara qolmadi hisob. Binobarin, har qanday katta-kichik, muhim-nomuhim axborot istalgan lahzada dunyoga tarqalishi mumkinligi hech kimni hayratlantirmay qo'ydi. Dunyo hamjamiyatida o'z o'rni, nufuzi va salohiyatiga ega bo'la borayotgan yangi O'zbekiston global axborot maydonida kechayotgan jarayonlarning birortasidan chetda qolayotgani yo'q. Bu holat axborot va matbuot tushunchalari yangilanayotganida, jurnalistika jadal evrilishga yuz tutayotganida, ommaviy kommunikatsiya-muloqot odamlar hayotining ajralmas bo'g'iniga aylana borayotganida, an'anaviy va zamonaviy ommaviy axborot vositalari, bosma va elektron ommaviy axborot vositalari o'rtasidagi tafovutlar soha egalarini raqobat maydoniga chorlayotganida va hokazolarda yaqqol ko'zga tashlanmoqda.

Asosiy qism.

Matbuot, ommaviy axborot vositalari yoki jurnalistika deganda ortiqcha izohga zarurat qolmasdi. Zamonaviy elektron ommaviy axborot vositalari imkoniyatlari kengaygani, xususan, internet tarmog'i ommalashgani sayin ommaviy kommunikatsiya vositalari (OKV) tushunchasi sohada peshqadamlikni qo'lga ola boshladi. Zamonaviy erkin jamiyatda ommaviy kommunikatsiya, ya'ni ommaviy muloqot ehtiyoji shu qadar keng quloqch yozmoqdaki, uning miqyosi, ko'lami, ahamiyatiyu muammolarini tasvirlash uchun jild-jild kitob ozlik qiladi. Fikrimizni Vatanimiz misolida izohlaydigan bo'lsak, keyingi 5-6 yilda xalqimiz hayotida misli ko'rilmagan ommaviy muloqot muhiti vujudga keldi. Xolis aytiladigan bo'lsa, bir yarim asrlilik milliy matbuot va axborot maydonimiz hozirgidek emin-erkinlikni bilmagan, ko'rmagan, kuzatmagan.

Internet nashrlar, chunonchi, ijtimoiy tarmoqlar milliy axborot maydoni minbariga aylangani va shu bilan bog'liq ravishda turfa muammolar vujudga kelayotganiga tabiiy jarayon sifatida qaralmog'i darkor. Avvalo, bu holat keng aholi qatlami uchun mutlaqo yangi voqelik. Mobil telefon imkoniyatlari kattayu kichikni ommaviy muloqot subyektiga aylantirib ulgurdi hisob.

Fanda insoniyat tarixi qishloq xo'jaligi tamaddunini, sanoat tamaddunini bosib o'tgan, hozir axborot tamaddunini boshdan kechirmoqda, degan qarashlar mavjud. Mazkur qarash

mantiqiy davom ettirilsa, hamonki, bashariyatning porloq istiqboli orzusida yashar ekanmiz, axborot odobi, madaniyati deb atalmish navbatdagi to‘rtinchi to‘lqin-tamaddunga kirib borish ehtiyoji tobora yaqqolroq ayon bo‘lib bormoqda. O‘ylaymizki, ma’rifatli sog‘lom tafakkur bunga qodir. Jahon axborot maydoniga xos bo‘lgan holatlardan biri, ya’ni yangi-yangi ommaviy axborot vositalari vujudga kelishi mamlakatimizda ham sohaning ichki raqobatini kuchaytirib yubormoqda. Har qanday ommaviy axborot vositasi, birinchi navbatda, ommaviylik uchun kurashadi. Buning ham iqtisodiy, ham ma’naviy, ham imij -- obro‘-e’tibor nuqtayi nazaridan hech qanday ajablanarli joyi yo‘q. Mazkur raqobat maydonida, ayni pallada, bosma ommaviy axborot vositalari birmuncha murakkab ahvolga tushib qolayotgani ham bor gap.

Hayotini Uchinchi Renessans orzusida qayta boshdan bunyod etishga kirishgan jamiyatimizda davom etayotgan islohotlarga to‘g‘anoq bo‘layotgan muammolar har qadamda matbuotchilarni, o‘tkir qalamli jurnalistlarni intizorlik bilan kutib turibdi. Davlatimiz rahbari barcha chiqishlarida xalqni, odamlarni rozi qilish oliy burchimiz ekanini takror-takror uqdirmoqda. Har bir nashr o‘z yo‘nalishi bo‘yicha ana shu muqaddas vazifani ado etmog‘i yo‘lida sa’y-harakat ko‘rsatmog‘i mumkin. Ochig‘ini aytusak, yaqin chorak asr mobaynida o‘z qo‘limiz va ixtiyorimiz bilan boy bergan imkoniyatlarimiz talaygina. Chunonchi, matbuotning, jumladan, gazeta, jurnal, radio, televideniyeдек eng an’anaviy va eng ta’sirchan vositalarning keng omma nazaridagi obro‘-e’tibori birmuncha pasaydi. Ommaboplik istagidagi ommaviy nashrlarga bo‘lgan ommaviy ishonch yo‘qola bordi. Keng omma bilan matbuot o‘rtasida uzilish, uzoqlashish ro‘y berdi. Matbuot o‘z zimmasidagi muqaddas missiyani bajarmay qo‘ydi. Xuddi shunday uzilish, uzoqlashish va begonalashish jarayoni chuqurlasha borayotgan bir paytda sahnaga elektron axborot vositalari kirib keldi va yashin tezligida ommaning ongini, ixtiyorini... qo‘l-oyog‘ini ishg‘ol etdi.

Ommaviy axborot maydonida bloger ismli yangi figura paydo bo‘ldi.

Bloger jurnalistmi, jurnalist emasmi, degan mavzudagi bahs-munozaralar tez-tez quloqqa chalinmoqda. Aslida bu u qadar favqulodda hodisa emas. Blogerlik jurnalistikasi hozirgi taloto‘p hayot taqozosi, mevasi, xolos. Unga ixlos qo‘ygan-ishonganlar bor, shubha va istehzo bilan qarovchilar ham bor. Bu borada ham har kimning ixtiyori o‘zida. O‘tgan asr oxirlarida Yevropa davlatlari matbuotida faoliyat yuritadigan zalvorli jurnalistlarning bir nechta yordamchi muxbiri bo‘lgan. Ular o‘zlari maqola yozolmaganlar, balki atoqli jurnalistlarning qo‘li, oyog‘i, qulog‘i vazifasini o‘tashgan. Joylardan yangi axborotlar topib, zudlik bilan jurnalistga uzatishgan. Jurnalist olingan axborotlar, faktlar asosida sharhlar, tahlillar, tanqidlar va hokazolar yozgan. Hozir bizda ommalashayotgan blogerlarni o‘sha yordamchi muxbirlarga o‘xshatish mumkin, faqat bizning blogerlar “topgan-tutgan”larini o‘zlari, mustaqil ravishda, zudlik bilan ommalashtirmoqdalar. Tabiiy, sohaning sir-asrorini, past-balandini, stixiyasini bilgan, tushungan odam nazarida bloger jurnalist emas, ammo-lekin hozirgi axborot almashish sur’ati shiddatli tus olgan bir zamonda jurnalist qalamini charxlaguniga qadar bloger oshni pishirib, dasturxonga tortishga ulgurmoqda.

Boshqacha aytganda, “Yangilik tarqatildimi, vassalom, vazifamizni o‘tadik!” uslubi hozirgi zamon jurnalistikasi “ob-havo”sini belgilab bermoqda. Vaholanki, birlamchi axborot

tarqatish jurnalistikaning boshlanishi, ibtidosi, xolos. Haqiqiy jurnalistika tahlil qiladi, tadqiq etadi, sharhlaydi, fikrlashga undaydi, dunyoqarashlarni shakllantiradi, yo‘naltiradi, zavq-shavq bag‘ishlaydi. Bunday ko‘lamli vazifani faqat va faqat bosma nashrlar -- gazeta va jurnal sahifalarida chop etiladigan, mahorat bilan yozilgan, salmoqli maqolalar zimmasiga olishi mumkin. Ayrim ziyolilarimizning “Gazeta o‘z vazifasini o‘tab bo‘ldi, unga ehtiyoj qolmadi”, degan aqidasini ochiq-oshkor aytishlari ham jamiyatimizda qaror topayotgan so‘z hurligi “mevasi”, o‘ziga xos yangilik. Avvalo, fikr va so‘z erkinligiga daxl ko‘rsatishdan yiroqmiz. Lekin o‘z ma‘naviy dunyosining g‘aribligi, intellektual zaiflik ifodasi o‘laroq qilinayotgan hasrat o‘rnida talqin etish mumkin bo‘lgan bu singari izhorlarni e‘tiborsiz qoldirish gumanistik g‘oyalarga zid deb o‘ylaymiz. Bot-bot eslatishga burchlimiz: gazeta o‘z umrini o‘tab bo‘ldi, degan so‘z kitob o‘z umrini o‘tab bo‘ldi, deganidir! Non yemay ham yashash mumkin, deganidir! Yuz yillar mobaynida ta‘lim-tarbiya bergan ustoz muallimdan yuz o‘g‘irish demakdir!

Sohaga doir amaldagi qonunlarda muassis huquqlari aniq-tiniq belgilab qo‘yilgan. Chunonchi, muassis o‘z nashrining doimiy faoliyati uchun javobgar hisoblanadi, xususan, moliyaviy qiyin holatlarda joniga ora kiradi. Nazarimizda mazkur huquqiy asosni jiddiy takomillashtirish payti kelgandek. Tuman gazetalaridan tortib, tarmoq va soha nashrlarigacha muassis bilan munosabatlari atroflicha va ta‘sirchan yo‘lga solinmog‘i darkor.

Tahlillar, muammo va takliflar

Jurnalistika -- ijodiy jarayon maydoni, jurnalist -- ijodkor shaxs. Tarixga nazar tashlansa, qachon va qayerda bo‘lmasin, matbuot muayyan qarama-qarshiliklar olamida yashagan, faoliyat yuritgan. Ana shunday eng murakkab sharoitlarda ham jurnalistikani va jurnalistni ijodiy mahorat qutqargan. Xaloskor kuch -- ijodiy mahoratda! So‘zdan qudratli kuch yo‘q. Munosabatlar, muloqotlar “changalzori”da eng to‘g‘ri yo‘lni topish ham, eng ma‘qul yechim topish ham so‘zning zimmasiga tushadi. So‘z esa qalami o‘tkir, mahoratli ijodkor jurnalistga bo‘ysunadi, uning izmida, ilkida hayotbaxsh, jangovar qurolga aylanadi.

Tadqiqot mavzusining dolzarbligi zamonaviy jurnalistikada jiddiy o‘zgarishlar ro‘y berayotganligi bilan bog‘liq: ma‘lumotni qidirish usullarida, jurnalist har kuni foydalanadigan texnik vositalar to‘planida, auditoriya bilan ishlash shakllarida, mavzularni tanlashda. Ular ommaviy axborot vositalarining ijtimoiy muhiti darajalariga ko‘ra tuzilishi mumkin bo‘lgan bir qator omillar ta‘siri ostida paydo bo‘ladi - ommaviy axborot vositalari faoliyat ko‘rsatadigan ijtimoiy hayot sharoitlari. Bu darajalar ommaviy axborot vositalariga turli darajada yaqinlik bilan tavsiflanadi va ularni makromuhit, mezomuhit va mikromuhit deb belgilash mumkin. O‘zgarishlar har bir darajada bo‘lib, jurnalistikada ham o‘zgarishlarni keltirib chiqarmoqda. Ular, eng avvalo, jurnalistning ijodiy faoliyati yo‘lida - uning jarayoni va natijasini belgilovchi o‘ziga xos xususiyatlar majmuidida namoyon bo‘ladi.

Bo‘layotgan o‘zgarishlarni ko‘rish, ularni ajratib ko‘rsatish, nima uchun va qanday sodir bo‘layotganini, ular nimaga olib kelishini aniqlash zamonaviy voqeliklarga to‘g‘ri yo‘naltirishni anglatadi. Bu nafaqat tadqiqotchilar, balki mualliflarning o‘zlari uchun ham muhim. Turli nashrlar jurnalistlarining ijodiy laboratoriyasida yuz berayotgan o‘zgarishlarni metod prizmasidan tahlil qilish faoliyat me‘yorlaridan tasodifiy og‘ishlarni emas, balki jurnalistika

rivojida yuzaga keladigan tendentsiyalarni aniqlash imkonini beradi. Axir tahririyatning oddiy noprofessionaligi ham og'ishlarga sabab bo'lishi mumkin.

Bularning barchasi ushbu ish mavzusini va uning markaziy muammosini dolzarb qiladi.

Jurnalistning ijodiy faoliyat uslubi o'zining asosiy xususiyatlarini saqlab qolishda davom etadi. Biroq, uning nazariy modeli va haqiqiy jurnalistik amaliyoti o'rtasida ma'lum tafovutlar mavjud. Ulardan ba'zilari real dunyoda sodir bo'layotgan o'zgarishlar ta'sirida usulning tarkibiy qismlarida sodir bo'ladigan o'zgarishlarning bevosita natijasidir (kognitiv vazifalarning bosqichma-bosqich hajmini qayta taqsimlash; hujjatli ma'lumot manbalariga e'tiborni kuchaytirish va ularni amalga oshirish usullari). Internet orqali rivojlantirish; yangi texnik vositalardan faol foydalanish). Boshqalar esa bir ma'noli tushuntirishga berilmaydi va qo'shimcha o'rganishni talab qiladi (masalan, kasbiy xatti-harakatlar strategiyasi va taktikasini belgilashda axloqiy tanlovning o'z-o'zidan tabiati).

Biroq, birgalikda olingan ma'lumotlarimiz usulni rivojlantirishning ikkita mumkin bo'lgan tendentsiyasi haqida gapirishga asos beradi. Ulardan biri kasbiy standartlarni mustahkamlashga qaratilgan va kasbning axloqiy va ijtimoiy foydaliligiga olib keladi (uslubni ishlab chiqishning ijobiy versiyasi). Ikkinchi tendentsiya buzg'unchi, kasbni axloqiy jihatdan noto'g'ri qilish ehtimoli bilan to'la, ijtimoiy jihatdan yaroqsiz (usulning rivojlanishining salbiy versiyasi) va shuning uchun neytrallashtirishni talab qiladi. Buzg'unchi tendentsiyani neytrallashtirishga, bizningcha, jurnalistlar hamjamiyatining o'zini o'zi tartibga solish tizimini optimallashtirishga qaratilgan maxsus faoliyat dasturi yordamida erishish mumkin. Shu nuqtai nazardan qaraganda, bizning tadqiqotimiz materiallari bizga imkon beradigan jurnalistik ijod usuli g'oyasidagi aniqliklarga professional hamjamiyat e'tiborini qaratish muhim ko'rinadi.

Ushbu tushuntirish jurnalistning xulq-atvorini professional va axloqiy tartibga soluvchilarning ijodkorlik uslubi tarkibidagi o'rni va rolga tegishli. Usulning boshqa tarkibiy qismlari bo'lsa: ijodiy harakatning tuzilishini belgilovchi vazifalar; ularni hal qilish usullari; texnik vositalar - faoliyat texnologiyasining tarkibiy qismlari mavjud (ijodkorlikning faoliyat tomoni), keyin kasbiy va axloqiy regulyatorlar ijodkorlik sub'ekting shaxsiy ko'rinishlari (xulq-atvor tomoni) bilan bevosita bog'liqdir. Shuning uchun, faoliyat uslubining tuzilishida, ta'rifiga ko'ra, ular uning markaziy elementi sifatida harakat qilishlari kerak, uning holati faoliyat uslubining boshqa tarkibiy qismlarining holatini va ushbu faoliyatning o'zini belgilaydi.

Markaziy elementning holati ma'lum bir tashvish uyg'otadi: zamonaviy o'zbek jurnalistining xatti-harakatlarini professional va axloqiy tartibga soluvchilar tizimi to'liq shakllanmagan yoki aniq mualliflarning professional pozitsiyasida to'liq aks etmaganga o'xshaydi. Jurnalistlar jamoasining o'zini o'zi boshqarish tizimini optimallashtirish dasturini ishlab chiqishda ushbu jihatni hisobga olish kerak.

Internet jurnalistikasi oddiy jurnalistikaga nisbatan o'zining qanaqangi yangiliklari va avzalliklari bilan kirib keladi?

Interaktivligi. Bunday hususiyat Internet texnologiyasining o'zida mujassam bo'lib, bunda u o'zining ko'p tomonlama “tarmoq”li aloqasini taminlaydi.

Professional yondashuv. Bunda u har bir o'quvchi yoki guruhning o'zlarini shaxsiy qarashlari, fikrlari va talablarini hisobga olish imkonini beradi.

Matbuotga yo‘nalganligi. Bu holatda har bir o‘quvchi, o‘zining hohlagan axborotini, hohlagan darajada olishi va uni hohlagan darajada o‘rganishi, tahlil qilishi imkoniga ega.

Oniylik. Buni avzalligi shunda bo‘lib, unda ma‘lumotlarni uzatish tezligi nihoyatda katta bo‘lishi bilan bir qatorda, kerakli ma‘lumot uzatilgan joyga tez va shu bilan bir qatorda sifatli yetib boradi.

O‘lchamlilik. Bu o‘quvchilarga u yoki bu axborotni muhimlik darajasini tez va qulay aniqlab olishga imkon yaratadi.

Hamfikrlilik. Bunda ma‘lumot sahifasini tez va qulay ravishda har bir tashrif etuvchi fikrini hisobga olgan holda yangilab borish imkoniyati tushuniladi.

Tejamlilik. Internet ma‘lumotlarini tarqalishidagi ta‘minotni qimmatligiga qaramasdan, har bir o‘quvchiga kerakli ma‘lumot qog‘ozli ma‘lumotga nisbatan tezroq va arzonroq, eng muhimi sifatli yetib boradi.

Butun dunyoda bo‘lgani kabi O‘zbekistonda ham internet-nashrlar axborot yetkazuvchi asosiy maydon vazifasini o‘tamoqda. Odamlarning qisqa, lo‘nda, tezkor va eksklyuziv axborotlarga bo‘lgan talabi kun sayin ortib bormoqda. Bu esa o‘z-o‘zidan u yoki bu nashrning ommalashuviga sabab bo‘lmoqda.

UZ domenidan olingan ma‘lumotlarga ko‘ra, O‘zbekistonda 12 253 tadan ortiq veb-sayt faoliyat yuritayotgan bo‘lsa, ulardan 450 dan ortig‘i O‘zbekiston matbuot va axborot agentligidan OAV sifatida ro‘yxatdan o‘tgan. Mazkur saytlarning kuchli beshtaligini “DARYO.UZ”, “KUN.UZ”, “QALAMPIR.UZ”, “GAZETA.UZ”, “PODROBNO.UZ” saytlari band etmoqda. Gap saytlarning reytingi masalasiga borib taqalar ekan, bu reyting ular berayotgan shov-shuvli, eksklyuziv, odamlarning e‘tiborini tortadigan har qanday ko‘rinishdagi materiallarga bog‘liq ekanini alohida ta‘kidlash o‘rinli. Ayni shu borada so‘z ketganda, internet-jurnalistikada etika masalalari ne chog‘lik og‘ir ahvolga tushib qolganini ko‘rish mumkin. Bu esa sun‘iy reytingning ortidan quvish oqibatidir.

Jurnalist etikasi tamoyillari, uning axloq-odobi me‘yorlari ilk bor 1954-yil 25-28-aprelda Bordo shahrida o‘tgan Xalqaro jurnalistlar federatsiyasining II Jahon Kongressida qabul qilingan “Jurnalist faoliyati prinsiplari Deklaratsiyasi”da qayd qilingan. Bu hujjatga Xalqaro jurnalistlar federatsiyasining 1986-yil 2-6-iyunda Xelsinki o‘tgan XVIII Umumjahon Konferensiyasida bir qator o‘zgartishlar kiritilgan. Unda quyidagi bosh tamoyillar (prinsiplar) bayon etiladi: “Haqiqatni barcha hurmat qilishi lozim, jamiyatning ana shu haqiqatni bilishga bo‘lgan huquqi – muqaddasdir, axborotni xolisona to‘plash va uni OAVda chop etishda erkinlik prinsiplari qo‘llanilishi darkor. Jurnalistning xolisona sharh qilish huquqi, tanqid qilish huquqi, kasbiy sirini saqlash huquqi, axborot manbaini oshkor qilmaslik huquqi va boshqa huquqlari mavjuddir”.

Hujjatda keltirilgan qoidalarning ayrimlari O‘zbekistonda qabul qilingan OAVga doir qonunlarda ham o‘z ifodasini topgan. Internet-nashrlar O‘zbekiston an‘anaviy jurnalistikasida yangi davrni boshlab berdi. Platformalar jurnalistlariga qo‘yilayotgan talablar gazeta va jurnallar, radio va televideniye talablaridan yuqori. Boisi, xodim bir vaqtning o‘zida ham jurnalist, ham fotomuxbir, ham sayt administratori vazifalarini bajarishi kerak. Shu sabab ham O‘zbekistonda keng qamrovli, ko‘p qirrali, tezkor jurnalist kadrlarga ehtiyoj katta.

Sohada professional bo‘lmagan, jurnalistika amaliyotidan xabardor, ammo nazariyasini o‘rganmaganlar juda ko‘p. Achinarlisi shundaki, internetda ishlayotgan hamma – blogger, ijtimoiy tarmoqlardagi sahifalar administratori, tarjimon, “frilanser”, reportyor, “kopirayter”lar bir nom bilan ataladi – jurnalist! Shu sababdan ham fan nazariyasini o‘rganish, jurnalistikaning mohiyatini tushunish, uning maqsad va vazifalarini to‘liq anglab yetish unchalik muhim bo‘lmay qolgan. Asosiy g‘oya – xabar yetkazish, tanqid va tahlil qilish. Buning uchun kerak bo‘ladigan bilim, saviya, mahorat, hayotiy tajriba ko‘pincha ikkinchi darajaga tushib qolyaptiki, ba‘zan berilayotgan xabarlar na umuminsoniy, na milliy qadriyatlarga mos keladi.

Shu o‘rinda O‘zbekistondagi internet-nashrlarda uchrayotgan jurnalistik etikaga zid bo‘lgan asosiy holatlarga to‘xtalsak:

Birinchidan, jurnalistlarning bir axborot manbasiga tayanib xulosa chiqarishi, axborot manbasini, xabarda keltirilgan fakt va ma‘lumotlarni tekshirmay uni o‘z nashrida e‘lon qilishi kuzatilmoqda.

Bunga misol tariqasida “KUN.UZ” nashrida uzatilgan xabarni keltirish mumkin. Nashr 22-noyabr kuni soat 17:35 da “Taniqli aktyor va rejissyor Shuhrat Nuraliyev vafot etdi” nomli xabarni chop etdi. Axborot yashin tezligida mahalliy hamda xorijiy OAVlarga tarqaldi. “QALAMPIR.UZ”da chop etilgan “Shuhrat Nuraliyev tirik, u shifoxonaning jonlantirish bo‘limida” nomli maqoladagi keskin tanqiddan so‘ng, shu kuni soat 18:43 da “KUN.UZ”da “Tuzatish. Shuhrat Nuraliyev hayot, lekin chuqur koma holatida” nomli maqola chop etildi. Biroq bir soatdan oshiq vaqt davomida Shuhrat Nuraliyevning vafot etgani haqidagi yolg‘on xabar butun respublikaga tarqab ulgurgan edi.

Ikkinchidan, ayrim internet-nashrlar, jumladan ularda faoliyat yuritayotgan tarjimonlar, “kopirayter”lar mualliflik huquqiga rioya qilmasligi ham uchramoqda. Xususan, “UZNEWS.UZ” internet-nashrida 14:45 da chop etilgan “Voditel marshrutki, chut ne sbivshiy detey, oshtrafovan” nomli maqola hech qanday manba ko‘rsatilmadan “QALAMPIR.UZ”ning 2017-yil 29-noyabr kuni soat 17:35 da saytga joylashtirilgan “Video: Oybek va Nigora bolalarni urib yuboray degan marshrut ortidan tushdi” va 2017-yil 2-dekabr kuni soat 15:55 da chop etilgan “Oybek va Nigora aniqlagan qoidabuzar haydovchi YHXB tomonidan topilib, jarimaga tortildi” nomli maqolasidan plagiat qilingan. Ushbu maqola “QALAMPIR.UZ”ning mualliflik materiali bo‘lib, hatto, Toshkent shahar Ichki ishlar bosh boshqarmasi “QALAMPIR.UZ” keltirgan faktlar orqali YTH kelib chiqishiga sabab bo‘lgan yo‘nalishli taksini topishga muvaffaq bo‘lganini rasmiy saytida yozgan.

2006-yilda “Mualliflik va turdosh huquqlar to‘g‘risida”gi O‘zbekiston Respublikasi Qonuni qabul qilingan bo‘lsa-da, internet-nashrlarda faoliyat yuritayotgan ko‘plab “mualliflar” bu kabi OAVga oid qonunchilikdan bexabar va uni muntazam buzib kelyapti.

Uchinchidan, faoliyatdan shaxsiy maqsadda foydalanish, soxta obro‘ orttirishga moyillik ko‘zga tashlanmoqda. Misollarga murojaat etsak: yaqindagina “KUN.UZ” internet nashrida “Shahrixondagi oila boshlig‘i paxtaga ketganida uy yonib ketdi. Endi unga ko‘mak kerak” nomli maqola chop etildi. Shu o‘rinda savol tug‘iladi: uyning yonib ketishiga oila boshlig‘i paxtaga ketishining nima aloqasi bor? Paxta terimini bu yo‘sinda jamiyatda ro‘y berayotgan voqea-hodisalarga sababchi, aybdor sifatida ko‘rsatib, dastak qilib olish jurnalist etikasining buzilishining yaqqol isboti emasmi? Boisi agar o‘sha uyning elektr tizimida yong‘in chiqishi

mumkin boʻlgan nosozlik yoki yongʻinni keltirib chiqaradigan boshqa sabablar boʻlsa, oila boshligʻi paxta yoki bozorga ketadimi uy baribir yonadi. Demakki, shundoq ham kamchilik sifatida koʻrilayotgan holatlarga bu yoʻsinda yana bir bor eʼtibor qaratib, odamlarda nafrat tuygʻusini uygʻotish jurnalistning noprofessionalligidan dalolat.

Toʻrtinchidan, qonunlarda yozilmagan milliy va umuminsoniy qadriyatlar, urf-odatlariga bepisand qarash holatlari ham uchramoqda.

Xalqimizda “gapirsang beti, ursang eti qotadi” degan gap bor. Jamiyatda shunday illatlar uchrab turadiki, baʼzan bular haqida gapirib, xalqning asrlar osha ulugʻlanib kelgan maʼnaviyatini buzgandan, gapirmay sukut saqlagan maʼqul. Soʻnggi vaqtlarda OAVda, ayniqsa, internet-nashrlarda fohishaxonalar va fohishalarning qoʻlga olinayotgani bilan bogʻliq xabarlar keng tarqalmoqda. Har kuni u yoki bu internet-nashrida shunday xabarga koʻzingiz tushadi. Birgina “QALAMPIR.UZ” saytida fohishaxona saqlashga oid 29 ta material chop etilgan boʻlib, bu haqdagi ilk xabar 2017-yilning 3-mart kuni saytga joylashtirilgan. Ilk xabarni 21 mingdan ortiq foydalanuvchi oʻqigan. Shu mazmundagi oxirgi xabar 2017-yil 9-dekabr kuni joylashtirildi. Uni 4500 dan ortiq foydalanuvchi oʻqigan. Oʻrtadagi tafovutga eʼtibor qaratisa, shu mavzudagi birinchi va oxirgi xabar oʻrtasida 17 mingga yaqin foydalanuvchi bor. Demak, 17 ming kishi uchun bu mazmundagi xabarlar qiziq boʻlmay qoldi, boshqacha qilib aytganda, bu mazmundagi axborotlar kishilarning meʼdasiga tegdi. Ommaning beti qotdi. OAVlar esa fohishaxonalar va fohishalar qoʻlga olingani bilan bogʻliq oʻzbek millati, uning qadriyatlariga zid boʻlgan holatlar haqidagi xabarlarni kunora oʻquvchiga yetkazish bilan band.

Bu ham yetmagandek, “UZNEWS.UZ” saytida besoqolbozlar haqida maqola chop etildi. Ismini va xabar manbasini oshkor etmagan muallif Toshkentda ikki besoqolboz qoʻlga olingani, ularning sud tibbiy ekspertizadan oʻtkazilgani va xulosalarga koʻra, ular muntazam jinsiy aloqada boʻlganini ochiq-oydin yozadi. Ushbu xabar “DIYDOR AZIZ”, “SOF.UZ” kabi mahalliy internet-nashrlarda va xalqaro “Sputnik” nashrida, “Ozodlik” radiosining internet sahifasida chop etildi. Xabarlarda “UZNEWS.UZ” axborot manbasi sifatida koʻrsatildi. Bir mavzu va mazmundagi, turli saytlarda, turli sarlavha ostida chop etilgan xabar 60 mingdan ortiq internet foydalanuvchilarining eʼtiborini tortdi. Yana 60 ming kishi uchun bu mazmundagi xabar hech narsa boʻlmay qoldi. Ular yana shu mavzudagi xabarlarni oʻqisa seskanmaydi, bora-bora buni oddiy holdek tushunishni boshlaydi. OAVlar esa bunga zamin hozirlamoqda.

Beshinchidan, tanqid va tahlil ortidan yashirin reklama targʻibotiga hissa qoʻshish kuzatilmoqda.

Misol uchun, tungi klublar, internet-kafelarning tuni bilan faoliyat yuritishi, unda oʻtkazilgan reydlarda yosh-yalang qoʻlga olinayotganini yozayotgan nashrlar “Bu maskanlarga yoshlar kelmasdan, keksalar kelishi kerakmi?” degan savolni oʻziga berib koʻrmayapti. Nega bu kafelarni tashkil etganlar, tungi klublarning faoliyatiga yoʻl qoʻyib, giyohvandlik, spirtli ichimliklar savdosiga jim qarab turganlar emas, oʻsha kafelarga borganlar qoralanyapti? Jurnalistning pozitsiyasi qayerda? Aslida masalaning tub mohiyatiga yetib, uning kelib chiqish sabablarini oʻrganish va bartaraf etish boʻyicha oʻz taklifini berish jurnalistning vazifasi emasmi?

Oltinchidan, ijtimoiy tarmoqlarda tarqalayotgan xabar, audio va videoyozuvlarni o‘zlashtirish, manbasi va axborot xolisligini tekshirmay tarqatish holatlari ko‘paymoqda. O‘zbekiston Respublikasida OAVga oid qonunlarning aksariyati qabul qilinganiga 15-20 yil to‘ldi. Qonunlar qabul qilingan davrda O‘zbekistonda internet OAVlar hali rivojlanmagan edi. Ayni davrdagi qonunlar esa internetdagi axborot almashinuvini rad etmoqda. Xususan, ijtimoiy tarmoqlarda biror shaxs yoki davlat va jamoat tashkilotining rahbariga tegishli sahifadan yozib qoldirilgan postlardan internet saytlari uchun katta maqola tayyorlash amaliyoti xorijdan bizgacha yetib keldi. Biroq, o‘sha ijtimoiy tarmoqlarga joylashtirilgan yozishmalar, video va audioyozuvlar o‘chirib yuborilsa, sahifa egasi ham ijtimoiy tarmoqni tark etsayu yozganlarini rad etsa, jurnalistni kim yoki nima muhofazalaydi. Hech nima! Shu bois jurnalist o‘z kasbiy etika me‘yorlarini unutmasligi, ijtimoiy tarmoqlarda tarqalayotgan xabarlar, audiovizual materiallarni o‘zlashtirishdan avval ularning ishonchli va xolisligini ta‘minlashi, voqea ishtirokchilarining ruxsatisiz (sudda isbot o‘rnida o‘tuvchi rasmiy ruxsatnomasiz) ularni chop etmasligi kerak.

Yettinchidan, til va imlo qoidalari qo‘pol va muntazam buzilmoqda.

Bunda aynan biror saytni misol tariqasida keltirish joiz emas. Boisi bu holat barcha saytlarda surunkali ravishda uchrab turadi. Saytlarda ishlayotgan aksariyat jurnalistlar yetarli bilim va salohiyatga ega emas, til qoidalarni to‘liq o‘zlashtirmagan.

Xulosa o‘rnida shuni aytish mumkinki, jurnalistning so‘zi, yozayotgan maqolasi, tayyorlayotgan ko‘rsatuv va eshittirishi jamiyatda hal qiluvchi kuchga ega. U davlat va xalqning ayni davrdagi kayfiyatini o‘zida aks ettiradi. Shunday ekan, jurnalist o‘z pozitsiyasiga ega bo‘lishi, jamiyat manfaatini shaxsiy manfaatidan ustun qo‘yishi, savodli, kuzatuvchan bo‘lishi lozim.

Jurnalistikaning rivojini nazariyasiz tasavvur qilib bo‘lmaydi. Yuqorida ta‘kidlanganidek, internet-jurnalistika sohada yangi davrni boshlab berdi. Mamlakatda internet OAVlar soni ko‘payib borayotgani kishini quvontiradi. Biroq, bu sohada kadrlar tanqisligi sezilayotgani, jurnalistika fakultetlarida onlayn-jurnalistika bo‘yicha mutaxassislar tayyorlashga e‘tiborning sustligi, O‘zMU Jurnalistika fakultetida Internet jurnalistikasi kafedrasi faoliyatining tugatilganligi, nazariy va amaliy bilimga ega bo‘lgan pedagoglarning yetishmasligi, o‘zbek tilidagi o‘quv qo‘llanmalar, sohaga oid adabiyotlarning ozligi sohada qator muammolarni keltirib chiqarmoqda. Shu bois:

- jurnalistika fakultetlarida onlayn-jurnalistika kafedralarini tiklab, nazariy va amaliy bilim hamda tajribaga ega mutaxassislarni dars jarayonlariga jalb etish, darslarni saytlar tahririyatlarida tashkil etish;

- internet OAVlarida tarqalayotgan xabarlarining chek-chegarasi yo‘qligi, qamrovi kengligi, yolg‘on axborotlar ham yashin tezligida dunyoning narigi chekkasiga yetib borayotganini inobatga olib, bunday axborotlarning tarqalishiga nisbatan vaksina sifatida har bir internet OAV ta‘sis hay‘ati yoki tahririyat kengashiga jurnalist diplomiga ega bo‘lgan bitta bo‘lsa ham professional jurnalistni kiritish;

- O‘zbekiston jurnalistlar uyushmasi OAVlarda muxbir, “kopirayter”, tarjimon reportyorlar bazasini yaratish, ommaviy axborot vositalari uchun professional jurnalistlar taqsimotini yo‘lga qo‘yish;

- jurnalistika fakultetlarini tugatgan, ammo ish bilan ta'minlanmagan kadrlar uchun alohida aloqa markazi yoki portal tashkil etish;
- mavjud OAVga doir milliy qonunchilikka internet OAVga daxldor o'zgartish va qo'shimchalar kiritish;
- milliy professional jurnalistlar etikasi qoidalarini ishlab chiqish;
- internet jurnalistikaga doir o'quv qo'llanma va darsliklar chop etish kabilarga keng ahamiyat qaratish joiz.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. <https://kknews.uz/> Qamariddin Shayxov
3. Onlayn jurnalistika janrlari
[//http://blog2005my.blogspot.ru/2009/04/blogpost_3260.html](http://blog2005my.blogspot.ru/2009/04/blogpost_3260.html)
4. Xorolskiy V.V. Internetdagi media- matnlarning janr va stilistik xususiyatlari : axloqiy jihati // Media janrlari. VII Butunrossiya ilmiy-amaliy materiallari konferentsiyalar / Samara, 2013 yil 14-15 mart Samara: Portoprint , 2013 yil.
5. Grabelnikov V. A. Ommaviy axborot vositalarining janr tizimidagi internet portali // Zamonaviy rus ommaviy axborot vositalarining janr strategiyasi. III Butunrossiya ilmiy-amaliy konferentsiya tezislari. Samara, 2009 yil 19-20 mart, Samara 2009 yil.
6. Tertychnaya M.A. Ijtimoiy internet reklamasining janr tuzilishi. Zamonaviy jurnalistika: tajriba va rivojlanish istiqbollari, Xalqaro ilmiy-amaliy konferentsiya materiallari. Moskva: IGUMO va IT, 2012 yil.