

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

**ЎЗБЕКИСТОН ДАВЛАТ ЖАҲОН ТИЛЛАРИ УНИВЕРСИТЕТИ**

**Қўлёзма ҳуқукида**

**ЯКУБОВА МАЪМУРА**

**Мавзу: ЎЗБЕКИСТОНДА АХБОРИЙ ЖАМИЯТНИ**  
**ШАКЛЛАНИШИДА ВЕБ САЙТЛАРНИНГ ЎРНИ**

**5A220102 - ХАЛҚАРО ЖУРНАЛИСТИКА БЎЙИЧА МАГИСТР**  
**ДАРАЖАСИНИ ОЛИШ УЧУН**

**МАГИСТРЛИК ДИССЕРТАЦИЯСИ**

**Илмий раҳбар:**

**ф.ф.д.,проф. Ф.Мўминов**

**ТОШКЕНТ-2015**

**Ҳимояга рухсат этилди:**

Факультет декани: \_\_\_\_\_ А.Нурматов  
Кафедра мудири: \_\_\_\_\_ Н.Қосимова  
Илмий раҳбар: \_\_\_\_\_ Ф.Мўминов  
Расмий тақризчи: \_\_\_\_\_ Б.Шукуров  
Расмий тақризчи: \_\_\_\_\_ И.Дилмуродов

**МАГИСТРЛИК ДИССЕРТАЦИЯСИ**

**МАВЗУ: ЎЗБЕКИСТОНДА АХБОРИЙ ЖАМИЯНИ  
ШАКЛЛАНИШИДА ВЕБ САЙТЛАРНИНГ ЎРНИ**

**ДАК қарори: ўзбек гуруҳи талабаси  
Якубова Маъмура Сайфуллаевнанинг магистрлик диссертацияси  
«\_\_\_\_\_» га баҳолансин.**

**«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2015 йил**

**ДАК раиси:**

**В. Лукмонов**

**ДАК котибаси:**

**Д. Файзиева**

## Кириш

Бундан бир неча минг йиллар илгари инсонларнинг бир бири билан мулоқот қилиши, яхши ҳаёт кечириши, давлатларнинг муносабат ўрнатишига асос бўлувчи ахборотнинг кадр-қиммати бир мунча паст бўлган. Вақт ўтиши билан мўъжизавий қудратга эга ахборотдан инсонлар, яъни унинг истеъмолчилари ёмон мақсадларда фойдаланишни, маълумотларни тарғиб этувчи воситаларни йўқотишни ва ундан қурол сифатида фойдаланишни ўрганди. Аслида ахборий маданият илдизининг қуриши мана шу жараёнларнинг бошланиши билан содир бўлди.

Эндиликда ахборот маконининг сарҳади бениҳоя кенгайди. Кўз ўнгимизда содир бўлаётган воқеалар, атроф-муҳитга таъсир қилувчи жараёнлар, инсон ҳайратию кулгуси, кўрқуви ва таъсирланишига сабаб бўлувчи жараёнлар негизи ҳам ахборотга бориб тақалади. Жамият ҳаётида ўзининг салмоқли ўрнига эга, фуқароларни холис, ҳаққоний ахборот билан таъминлаш каби масъулиятли вазифани бажарувчи тизим оммавий ахборот воситаларидир. Хўш, ҳозирги кунда ОАВ ахборотнинг мўъжизавий қудратини қай даражада сақлаб қолмоқда? Эндиликда анъанавий журналистика устунми ёки интернет журналистикаси қабилидаги саволларга тегишли жавоб топилаётими?

Глобаллашув жараёни, замонавий технологияларнинг ривожининг интернет журналистиканинг ўрнини ошириб юборди. Эндиликда у журналистиканинг барча жанрларини жамлаши мумкин. Бироқ шуни унутмаслик керакки, интернет журналистикаси янгича маъно-мазмун касб этиб, бутунлай янги соҳа сифатида ташкил топгани йўқ. Унинг тамал тоши анъанавий журналистикага бориб тақалади. Шундай бўлса-да, интернет ва анъанавий журналистика борасидаги баҳслар ҳали давом этмоқда. Таниқли олим Маршалл Маклюэн бу борада “Давримиз воситаси (ёки технологик жараён) электрон техника ижтимоий муносабатларга, шунингдек, шахсий ҳаётимизнинг ҳар жабҳасига янгича шакл беради ва тарзини ўзгартиради”

дея фикр билдирган.<sup>1</sup> Анъанавий ҳамда интернет журналистикасини бир бирига боғловчи кучли восита эса АХБОРОТ!

Техник имкониятлардан тўлақонли фойдаланган ҳолда ахборотлардан тезкорлик билан бохабар бўлиш - замон талаби. Бу борада интернетнинг ажралмас қисми бўлган веб-сайтлар фаолиятига тўхталиб ўтиш жоиз.

**Мавзунинг долзарблиги.** Айни пайтда жамиятда ахборот алмашинувини таъминлашда ўз фаолиятини олиб бораётган оммавий ахборот воситалари сони кун сайин ортиб бормоқда. Шунини алоҳида таъкидлаш керакки, глобаллашув жараёнида ахборот воситаларига бўлган талаб ҳам ошиб бормоқда. Сир эмаски, XXI аср фуқароси эндиликда барча техник имкониятлардан тўлиқ фойдалана олади, турли манбаларга таяниб иш юритади, унда ахборотларни бир-бири билан солиштириш каби имкониятлар талайгина. Тезкор ахборотларни етказиш баробарида ўқувчиларнинг мавзуга доир фикрини билишда етакчи оммавий ахборот воситаларидан бири веб-сайтлардир. 2007 йилнинг январ ойида “Оммавий ахборот воситалари тўғрисида” Ўзбекистон Республикаси қонунининг янги таҳрири қабул қилиниб, унга биринчи марта газета, журнал, радио ва телевидение билан бир қаторда умумий фойдаланишдаги коммуникация тармоқларидаги веб-сайтларга нисбатан ҳам ОАВ мақомини берувчи модда киритилди. Шунингдек, қонунда вақтли босма нашрнинг электрон нусхаси ҳақида ҳам сўз боради. Қонуннинг 27 моддасига кўра, босма нашрнинг электрон нусхани мустақил ОАВ сифатида рўйхатдан ўтказиш шарт эмас, фақат бунинг учун босма ва электрон нашрлардаги материаллар билан бир хил бўлиши шарт.<sup>2</sup>

Ҳозирги кунда дунё миқёсида ўсиш кўрсаткичлари бўйича интернет веб-сайтларига тенг келадигани топилмаяпти. “Netcraft” компанияси берган

---

<sup>1</sup> Маклюэн М. Средство само есть содержание. Информационное общество. - М.: АСТ. 2004. Стр.58.

<sup>2</sup> [www.infocom.uz](http://www.infocom.uz).

маълумотларга кўра, дунёда айна кунда 612 843 429 сайт мавжуд<sup>3</sup>. Бу кўрсаткич ҳар ойда 3 миллионга ўсиб бормоқда.

2013 йил 1 ноябрь ҳолатига кўра, юртимиздаги оммавий ахборот воситаларининг сони 1377 тани (720 та газета, 286 та журнал, 16 та ахборотнома бюллетень, 4та ахборот агентлиги, 67та телевидение, 34та радио, 253та веб-сайтлардир) ташкил этди. Айна пайтда эса мамлакатдаги оммавий ахборот воситаларининг сони 1392 тани (2015 йил 1 январь ҳолатига) ташкил этади. Булар 689 та газета, 283 та журнал ҳамда 100 та ТВ ва радиолардир. Бугун республикада нодавлат ОАВ тез ривожланмоқда. Телеканал, радиоканаллардан ташқари веб-сайтлар ҳам ОАВ сифатида рўйхатдан ўтказилмоқда. 2015 йил 1 январь ҳолатига кўра 304 та веб-сайт рўйхатдан ўтказилди. Теле ва радиоканаллар ҳамда веб-сайтларнинг 79 фоизи нодавлат оммавий ахборот воситасидир. Ҳозирда мавжуд нодавлат босма ОАВ жами босма ОАВнинг 58,7 фоизини ташкил этади. Агар 1990 йилда республикада 9 та нашриёт фаолият кўрсатган бўлса, бугун уларнинг умумий сони 108 тага (2015 йил 1 январь ҳолатига) етган. Бу каби факт ва рақамлар кун сайин янгидан янги оммавий ахборот воситаларининг кўпаётгани ҳамда ахборотни етказишда улар ўртасидаги соғлом рақобатни шаклланишига ҳам туртки бўлмоқда.

Таъкидлаб ўтиш жоизки, ахборот жамиятининг талаблари ўқувчиларга нафақат ахборот етказиб бериш, балки унинг моҳияти, тўлиқ тафсилот, холис фикрлар билан танишишга ундашдан иборат. Интернет тизимининг очиклиши, чегара билмас “ўргимчак тўри”да ҳар ким маълумот ва хабарларни қолдиришига имкон яратади. Натижада ижтимоий фикри йўқ, тафаккури суст аҳоли қатлами ёт ғоялар таъсирида ахборот исканжасига тушади. Айнан шу вазият интернет журналистикаси олдида турган долзарб муаммолардан биридир. Интернет тизимида маънавий масалаларга эътибор,

---

<sup>3</sup>[www.novostimira.com](http://www.novostimira.com).

баъзи тармоқларда унинг мутлақо йўқлиги жамият олдига талай муаммоларни кўндаланг қўймоқда.

Ҳар бир фойдаланувчи интернет веб-сайтларига мурожаат қилади. Мавзуга йўналиш, ахборотни қидириш, солиштириш, таҳлил қилиш масалалари ҳам веб-сайтлар орқали амалга ошади. Ахборот технологияларининг ривожланиши натижасида веб-сайтлар оммалашинини таъминловчи имкониятлар сафи тобора кўпаймоқда. Ўқувчи эътиборини жалб қилувчи техник янгиланишлар замонавий веб-сайт фаолиятида муҳим аҳамият касб этади. Бироқ баъзи ҳолларда унинг мазмуни ҳамда этик меъёрларининг бузилишига олиб келувчи белгиларнинг борлиги сайтда эълон қилинаётган ахборотларнинг ноҳолис эканлиги, фактларни тақдим этишда муаллиф масъулияти масалаларига эътибор берилмаётганининг гувоҳи бўламиз.

Оммавий ахборот воситаларининг тури ҳисобланган веб-сайтлар ахборот етказишда бошқаларга қараганда тезкорлиги билан фарқ қилади. Бу жараёнда ҳар бир ахборотга ҳолис ёндашишда, фойдаланувчиларнинг қизиқиши, катламини ҳисобга олган ҳолда уларни саралашда ҳам тезкор бўлиш интернет журналистларидан алоҳида билим, кўникма талаб этади. Тезкор ахборот етказувчи восита ҳисобланган веб-сайтлар фаолиятини чуқур ўрганган ҳолда уни оммага тақдим этиш, уларнинг маънавий масалаларни ёритиши, бунёдкорлик ғояларини тарғиб қилувчи глобал маконга айлантириш масаласи айни пайтда дунё интернет журналистикаси олдида турган долзарб масалалардан биридир.

**Мавзунинг ўрганилганлик даражаси.** Я.Н.Засурский, А.И.Крупнов, Е.Горный, Л.А.Коханова, А.А.Калмыков, L.Marks, P.Westerway, J.Exon каби олимлар, хорижлик мутахассислар интернет журналистикаси мавзусини чуқур ўрганган. Бироқ айнан веб-сайт фаолиятига алоқадор илмий адабиётлар учрамайди. Ўзбекистонда Ф.Мўминов, Д.Рашидова, К.Т. Ирназаров, Н.Муратова, Н.Қосимова каби мутахассислар интернет

журналистикаси мавзусига бағишланган илмий адабиётларининг айрим бўлимларида веб-сайтлар масаласига тўхталиб ўтишган. Шунингдек, мавзуга алоқадор илмий мақолалар бир неча конференция тўпламлари ва илмий адабиётларда нашр этилган.

**Тадқиқотнинг мақсади.** Ахборот жамиятида веб-сайтларнинг ўрни, веб-сайтлар нималиги, тарихи, назарияси ва амалий масалаларини ўрганиш, веб-сайтлар интернет журналистикаси тараққиёти билан тенг кечаётган узвий жараён эканлигини кўрсатиб беришдир.

**Тадқиқотнинг вазифалари.**

- Жаҳон журналистикаси, интернет журналистикаси ва веб-сайтлар бўйича берилган илмий маълумотларни ўрганиш, таҳлил этиш ва умумийлаштириш;
- Веб-сайтлар фаолияти, тарихи, назарияси, ривожланиш тамойилларини аниқлаш;
- Глобаллашув шароитида веб-сайтларда тақдим этилаётган ахборотларга бўлган заруратини кўрсатиб бериш;
- Ўзбекистонда фаолият юритаётган нашрлар веб-сайтлари фаолиятини ўрганиш;
- Истиқболдаги вазифаларни белгилаш.

**Тадқиқотнинг илмий фарази.** Веб-сайтлар ахборот етказишнинг етакчи воситалари бўлибгина қолмай, улар ижтимоий онг шаклланиши, мавзуга, ахборотга нисбатан муносабатларни шаклланиши, ўқувчига танқидий тафаккур ҳамда ахборий билимни ривожлантирувчи муҳим восита ҳисобланади.

- Шу боис Ўзбекистонда фаолият юритаётган веб-сайтлар тизимини янада такомиллаштириш, уларни замон талабларига мос равишда ишлаб чиқиш масалаларига алоҳида этибор бериш истиқболли саналади.

- Веб-сайтларда саводхонлик жиҳатларини тарғиб этишда ёш малакали интернет журналистлари лозим бўлади.

**Тадқиқот предмети.** Веб-сайтлар ва унинг тарихий ривожланиш жараёни, муаммолари, вазифалари.

**Тадқиқот объекти.** Веб-сайтлар фаолиятини ўрганиш мақсадида асосан юртимизда фаолият юритаётган босма нашрлар ҳисобланган “Хуррият” ва “Жамият” газеталарининг веб-сайтлари объект сифатида ўрганилган.

**Тадқиқотнинг методлари:** илмий таҳлил, кузатув.

**Тадқиқотнинг илмий янгилиги.** Хориж журналистикасида интернет журналистикаси, унинг фаолияти ва такомиллашишига доир бир нечта рисолалар чоп этилган. Уларнинг баъзи бўлимлари веб-сайтларга бағишланган. Аммо веб-сайтнинг оммавий ахборот воситаси сифатида жамият ҳаётида тутган ўрни, унинг имкониятлари, ютуқ ва камчиликларига доир илмий адабиётлар чоп этилмаган. Ҳалигача мавзуга оид дарслик, монография яратилмаган. Фақатгина интернет журналистикасига оид китобларнинг маълум қисмларидагина унга тўхталинган бўлса-да, мавзунинг аҳамияти ва у билан боғлиқ муаммоларга атрофлича ёндашилмаган. Журналистик таълим номзодлик, докторлик диссертацияларида ўрганилмаган. Мавзунинг янгилиги тадқиқотнинг долзарблигини ҳам белгилайди.

Тўпланган маълумотларнинг ишончилиги ва асосланганлиги. Илмий маълумотлар солиштирилган. Ишончли манбалардан фойдаланилган.

**Нашр этган ишлари.** Илмий тўпламларда мавзуга доир 3 та илмий мақола чоп этилган. (*1-илова*)

**Диссертация тузилиши:** кириш, учта боб, тўққизта параграф, хулосалар, амалий тавсиялар, фойдаланилган адабиётлар рўйхати ва иловалардан иборат. Унинг умумий ҳамжи бетдан иборат.



# I БОБ. ИНТЕРНЕТ ТИЗИМИНИНГ ЖУРНАЛИСТИКАДАГИ ЎРНИ

## 1.1 Онлайн ва анъанавий журналистиканинг ўзига хос хусусиятлари ва фарқли жиҳатлари

Тарихга назар ташласак, жамият ҳаётидаги мўъжиза ахборот эканлигига гувоҳ бўламиз. Таниқли журналист Хуршид Дўстмуҳаммад ахборот ҳақида оддий, бироқ ҳаммага тушунарли бўлган, изоҳ талаб қилмайдиган таърифни келтиради: “Саҳар палласи хўрознинг қичқириғи, ётоғидан бош кўтараётган қуёшнинг заррин нурлари, элас-элас эсан шабада, қулоққа чалинган шовқин-сас, димоқни қитиқловчи хушбўй хид – ҳамма-ҳаммаси – ахборот! Инсоннинг юриш-туриши, хатти-ҳаракати, кўз қарашлари, енг-боши, қиёфаси, гап сўзи, ҳатто бирон сўз айтмай жим туриши ҳам – ахборот! Ўйлагани, кўнглидан ўтказган кечинмалари, эҳтиросу туйғулари, кўнглининг туб-тубида кечираётган изтироблари, кечинмалари, ҳатто тушлари ҳам ахборот!

Ёмғир, қор, иссиқ ва совуқ, момақалдиروق, зилзила, тўфон, тошқину ҳоказо офатлар ҳам табиатнинг турли ҳолатдаги “дил” изҳорлари – хабарлари!”<sup>4</sup>

Даставвал ахборот имо-ишора, турли товуш ва чақириқли овозлардан иборат бўлган. Сўзнинг пайдо бўлиши, нарсалар, жойларнинг номланиши ахборот кўламини янада оширди. Кишилиқ жамияти шу кунга қадар узоқ ва машаққатли йўлни босиб ўтган.

Тарихий тараққиётнинг илк босқичлари ёзув келиб чиқиши билан бевосита боғлиқ. Марказий Осиёда энг қадимги даврда яшаган қабилалар тўғрисидаги дастлабки маълумотлар Эрон, Хитой, Миср тарихчилари ва ёзувчилари асарларида, тошларда битиб қолдирилган ёзув ва бошқа материалларда баён қилинган. Ўрта Осиё халқлари жумладан, ўзбек халқи

---

<sup>4</sup> Дўстмуҳаммадов Х. Ахборот мўъжиза, жозиба, фалсафа. - Т.: Янги аср авлоди нашриёти, 2013.Б.19.

кадимда турли ёзув системасидан фойдаланиб келган. Ўзбек ёзувлари тарихида амалда ишлатиб келинган асосий ёзув системасини фонографик, яъни товуш ёзуви, ҳарфий ёзув ёки алфавит ташкил этган. Ўзбек халқи Марказий Осиёнинг бошқа халқлари сингари оромий, юнон, карошта, суғд, хоразм, қўшан, эфталит, пахлавий, сурия, ҳинд, урхун, уйғур, араб ёзуви каби бир қанча ёзувлардан фойдаланган.

Ёзув маданиятнинг бир кўриниши, қадимий битиклар, нодир қўлёзмалар эса бой маданий меросимиздир. Ёзув орқали одамлар ўртасида алоқа қилиш имконияти кенгайди. Вақт ўтиб инсон қўли билан яратилган асбоб, буюмлар муҳим мулоқот воситасига айланди, оғир меҳнат қилишдан инсонни қутқарди. Маълумки, ахборотнинг қоғоздаги акси унинг ҳужжатлилигини, таъсирчан ҳамда, аниқлигини исботлай олади. Ўша пайдан бошлаб ҳозиргача, муҳим аҳамият касб этган ахборот эндиликда давлатларни бошқаришдан тортиб, инсон онгига таъсир ўтказиш каби чўққига чиқди. Унинг бу даражада оммалашиб кетишига нима сабаб бўлди?

Ҳар бир давр ўзининг кашфиёт ва воқеликлари билан тарихга муҳрланади. XXI аср ахборот асри. Бу асрда ахборотни оммалашиви, унинг дунё бўйлаб тарқалишига эса техника сабаб бўлди. Техник янгиланишлар, ихтиролар, мислсиз кашфиётларнинг ярмидан кўпи ахборотни тарғиб қилишда юқори ўринни эгаллайди. Ҳозирда бу жараённинг нақадар жадаллашганини гувоҳи бўлаяпмиз. Оммавий ахборот воситаларининг ҳар бир йўналишида ҳам ушбу технологиялар фаолиятини яққол кўриш мумкин. Масалан, нашриёт ва босма нашрлар фаолиятини олайлик. Илгари газета ва журналларнинг саҳифаланиши босмаҳоналарда махсус териш дастгоҳлари орқали амалга оширилган бўлса, ҳозирда газета ва журналларда чоп этиладиган мақолаларни таҳрир қилишдан тортиб, макетлаштириш, саҳифалаш каби бутун бошли жараёнлар компьютерда амалга оширилмоқда. Бундан ташқари, ҳар бир нашрнинг ўз электрон манзили ва сайтига эга бўлиши натижасида “электрон газеталар” онлайн нашрлар тушунчаси юзага келди.

Радиоэшиттиришлар қисқа тўлқинларда эфирга чиқишдан ташқари, эндиликда уни интернет тизими орқали эшита олиш имкониятига эга бўлди. Шунингдек, радио ижодкорлар билан бевосита танишишимиз, тингловчиларнинг тўғридан тўғри эфир билан боғланиши эса интерактив журналистикани вужудга келтирди. Телевидениеда берилаётган янгилик ва хабарлардан интернетда таниша оламиз. Ҳаттоки, бугун бизнинг миллий телеканалларимиз сунъий йўлдошлар орқали чет мамлакатларида намоёиш этилмоқда.

Техниканинг ахборот билан уйғунлашиши ва турли соҳалар ривожига хиссаси юқори ўринда туради, албатта. Юқорида айтиб ўтилган муҳим жиҳатларнинг барчаси журналистика соҳасига келиб туташади. Унинг тамал тоши ҳам, асоси ҳам ахборот. Эндиликда ахборот турли кўриниш ва форматларда, шаклларда намоён бўлиб, соҳадаги янгиланишларга асос бўлиб хизмат қилмоқда. Жамият учун тезкор, ҳаққоний ахборотларни етказишда журналистиканинг ўрни беқиёс. Эндиликда соҳадаги техник янгиланишлар унинг жадал ривожланишига асос бўлиб хизмат қилмоқда.

Рус тадқиқотчиси В. Кузин журналистикани қуйидагича таърифлайди: “Журналистика оламини амалиёт, билим ва маданият ушлаб туради. Амалиёт журналистикада самарадорликнинг бош мезони ҳамда асосий манбаси ҳисобланади. Билим нафақат журналистика технологиясини ўзлаштириш, балки журналистика назарияси билан боғлиқ интизом кўникмасига ҳам эга бўлишдир. Билим ва амалиёт маданият орқали йўлга солинади. Журналист ўзи англаган ташқи оламини ўзининг ижодий фаолиятида акс эттириш усуллари билан белгилаб олади”<sup>5</sup>.

Журналист бажараётган барча вазифалар негизида унинг ахборотга бўлган муносабати сезилиб туради. Эндиликда журналистнинг ҳуқуқий ва ахлоқий принципларини давлат томонидан қафолатланганлиги самарали фаолият юритишга асос бўлиб хизмат қилади.

---

<sup>5</sup> Кузин В. Психологическая культура журналиста. – М.: СПб, 2001. Стр. 38.

Бугунги кунда журналист касб фаолияти давомида қуйидаги вазифаларни бажаради:

1. Журналистик асар ёзиш (сюжет топиш)
2. Таҳрир қилиш (монтаж)
3. Жамоатчилик билан алоқалар (ПР)
4. Хатлар билан ишлаш
5. Таҳририятнинг тижорий фаолиятида иштирок этиш

Журналист қайси жанрда ижод қилмасин, у давлат ва жамият ўртасидаги мустақкам кўприк вазифасини бажарувчи шахс. Эндиликда тобора ривожланиб бораётган техник ўзгаришлар замон билан ҳамнафас яшашга, ахборотларни саралаш ва муҳимини етказишга хизмат қилмоқда. Тараққиёт билан қадам-бақадам юришга асосланган онлайн журналистика фикримизга исбот бўла олади. “Онлайн журналистика” атамасининг тушунча сифатида муомалага келиши ҳақидаги мулоҳазаларни умуман интернетнинг онлайн журналистика ривожига таъсир кўрсатган қуйидаги имкониятларини таъкидлашдан бошлашга тўғри келади. Булар:

1. Тезкор хабарга эга бўлиш;
2. Замонавий тажрибалар билан танишиш;
3. Иш билан боғлиқ муносабатларни зудлик билан ҳал қилиш;
4. Замонавий дизайн;
5. Тижорат, реклама;
6. Масофавий тўсиқлар ва чегара билмаслик ва бошқалар.

Шулар сингари техник имкониятлар ўз навбатида қуйидаги янгича изланиш ва ёндашувлар пайдо бўлишига олиб келди:

1. Интернет журналистика
2. Онлайн журналистика
3. Кибер журналистика

#### 4. Веб журналистика.<sup>6</sup>

Анъанавий ва онлайн журналистиканинг негизи ахборотга бориб тақалар экан, ушбу тушунчага чуқурроқ тўхталсак.

Ахборот ўз йўналишига кўра дастлабки ва бошқарув ахборотига бўлинади. Дастлабки ахборот бошқарув объектидан бошқарув тизими томонга, қуйи бошқарув тизимидан юқоридаги бошқарув тизими томонга йўналган бўлади. Бошқарув ахбороти эса қарама-қарши йўналиш касб этади.

Ахборот, унинг пайдо бўлиши ва узатилиши *даврийлиги* бўйича узлуксиз, дискрет ёки тасодифий ҳарактерга эга бўлиши мумкин. Даврийлиги узлуксиз бўлган ахборот билан ишлашда, кўпинча, аналог ёки аналог-рақамли қурилмалардан фойдаланилади. Дискрет характердаги даврийлик оралиғини қисқартириш пайдо бўладиган ахборот ҳажми ҳамда уни қабул қилиш, узатиш ва унга ишлов бериш ишлари ҳажмини кескин ошишига сабаб бўлади.

*Боғлиқлик даражаси* мазкур хилдаги ахборот билан боғланган ахборот хиллари сонини билдиради. Масалан, дастлабки ва ундан келтириб чиқарилувчи ахборотлар ўзаро боғлиқ саналади.

Ахборотни *доимийлик даражаси*, уни ўз қийматини сақлаб қола оладиган вақт давомийлиги билан ҳарактерланади. Ушбу кўрсаткич бўйича ахборот доимий, шартли доимий ва ўзгарувчан ахборотларга бўлинади. Доимий ахборот узоқ вақт мобайнида ўз қийматини ўзгартирмайди, масалан, корхона ёки муассаса номи, маҳсулот номи ва шифри ва ҳк. Шартли доимий ахборот маълум вақт давомида ўз қийматини сақлаб қолади, масалан, маҳсулот нархи, меъёрий ҳужжатлар ва ҳк. Ўзгарувчан ахборот вақт бўйича тасодифий равишда пайдо бўлиши билан ҳарактерланади, масалан, сотилган маҳсулот сони, ўқувчилар давомати ва ҳк. Ушбу хусусиятларнинг ҳажмлари нисбати

---

<sup>6</sup> Электрон оммавий ахборот воситаларида маънавий маърифий масалаларнинг ёритилиши: назария ва амалиёт.- Т.: Ўзбекистон, 2012. Б. 119.

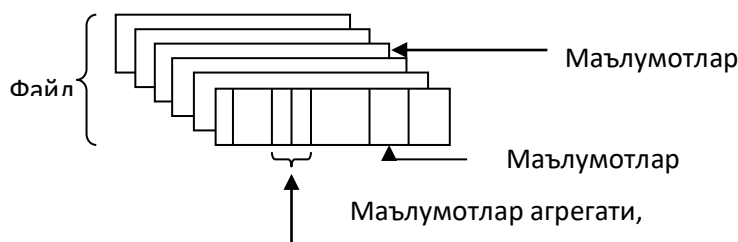
маълумотни сақлаш ва қидириш воситаларини танлаш юзасидан қарор қабул қилишда муҳим аҳамият касб этади.

Ахборот қайд этилишига кўра қуйидаги турларга бўлинади:

1. Рақамли – ҳужжатдаги рақамли ёзув, ҳисоблагич, таблодаги рақамли кўрсаткич ва ҳ.к.;
2. Алфавит – ҳужжатдаги ёзма баён, ҳисоблагич, таблодаги ёзувлар ва ҳ.к.; символли – чизмадаги шартли белги, тасвир ва ҳ.к.;
3. Визуал – видеотасвир, телетасвир, фотосурат ва ҳ.к.

Юқорида келтирилган ахборотга оид хусусиятлардан ўз ўрнида фойдаланиш, манба ахборотларнинг табиатини нисбатан тўғри тасвирлаш ҳамда ахборот тизимларини яратишда хатоликларга йўл қўймаслик, уларни лойиҳалаш муддатларини қисқартириш имконини беради. Қолаверса, маълумотларга етишиш тезкорлиги таъминланиши учун эҳтиёждаги ахборот компьютер табиатига монанд шаклда тасвирланиши лозим. Ушбу мақсадлар учун кодлаш ва таснифлаш тушунчаларига мурожаат қилинади.

Маълумотларни ифодалашда қўлланиладиган атамаларнинг кўплаб вариантлари мавжуд. Маълумотлар базалари атамашунослиги соҳасида CODASIL (маълумотларга ишлов бериш тизимлари ассоциацияси) атамалари кўпроқ нуфузга эга. Шу нуқтаи назардан, маълумотлар базаси дастурловчиси томонидан маълумотларни ифодалашда қўлланиладиган атамаларни 1.1-расмдаги каби тасвирлаш мумкин. Маълумотлар базалари бўйича бошқа ишчи гуруҳлари томонидан ҳам шунга яқин атамалар қўлланилади.



*Маълумотлар базаси* турли типдаги маълумотлар ёзувлари нусхалари, агрегатлари ва маълумотларнинг элементлари билан муносабатларнинг жамланмасидан иборат. Маълумотлар базаси махсус тузилмага эга ва мантикий боғлиқ ахборот элементларини сақлашга мўлжалланган омбор ҳисобланади.

1991-йили CERN Бутунжаҳон ўргимчак тўри лойиҳасини эълон қилди. Бу воқеа Тим Бернерс Ли томонидан HTML ва CERNда дастлабки web-саҳифаларни пайдо бўлишидан 2 йил кейин содир бўлган эди. Интернетнинг браузер Mosaicning 1.0 версияси пайдо бўлгандан сўнг унга оммавий кизиқиш пайдо бўла бошлади. Эндиликда у жаҳоннинг энг етакчи ахборот узатувчисига айланганди.

“Интернет деб номланувчи компьютерлар занжиридан ташкил топган бутунжаҳон коммуникация тармоғи чексиз масофада бўлган, ўзаро нотаниш индивидумлар ўртасида алоқа боғлашга замин яратади. Интернет макони бўйлаб ҳаракатланиш – бу бўш вақтни фойдали ва мазмунли ўтказиш йўли, тадқиқот учун маълумот йиғишнинг самарали усули, зарур маълумотларни излаш ва таҳлил этишда ёрдам берувчи бебаҳо воситадир”<sup>7</sup>

Унинг оммабоплиги барча анъанавий информация тизимлари — телекоммуникация, телерадиоэшиттириш, информацияларни халқаро миқёсда фаол алмаштириш, технологик имкониятларни уйғунлаштира олганлигидадир. Бир вақтнинг ўзида у бир неча вазифани — информация ва билимлар манбаи; оммавий ахборот воситаси, инсоният фаолиятининг барча соҳаларига доир информация хизматлари тизимидир.

Халқаро интернет тизимида Ўзбекистон Республикаси тўғрисида ҳам кўплаб маълумотларни топиш мумкин. Масалан, Ўзбекистон ҳукумати варақчалари, мамлакатнинг АҚШдаги элчихонаси каби бошқа расмий варақчаларни ҳам келтириб ўтиш лозим. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар

---

<sup>7</sup> Holland. P. The television handbook. -. London.: Routledge, 1997.P. 260.

Маҳкамасининг "интернет"нинг халқаро ахборот тизимларига кириб боришни таъминлаш дастурини ишлаб чиқишни ташкил этиш чора тадбирлари тўғрисида"ги қарори (2001) мамлакатда ушбу тизимни такомиллаши йўлида бир муҳит бўлди. Шунингдек, Ўзбекистонда маълумотларни узатиш миллий тармоғи ЎзПАК Давлат компанияси ва ЎзНЕТ тармоғидан иборат.

Ахборот асридаги асосий муаммолардан бири, ахборотни холис етказиш ва уни тўғри мақсадларда ишлатишда ўз аксини топмоқда. Бу онлайн журналистика олдида турган муҳим вазифалардан бири ҳисобланади. Интернет тизими соҳа, мавзу, аудитория қатлами нуқтаи назардан жуда кўплаб хизмат турларига эга. Ихтисослашиш эса айнан ўша мавзуга алоқадор аудитория қатламини шакллантиришда асосий ўрин эгаллайди.

Ахборотни етказишда асосий восита, яъни интернет хизматлари қўйидаги гуруҳларга ажратилади.:

- WWW – Электрон саҳифа хизмати;
- электрон почта хизмати;
- телеконференция (Usenet);
- файлларни узатиш (FTP);
- (DNS) (тармоқ ҳудудларига ном бериш хизмати);
- Телнет хизмати;
- IRC – хизмати ёки Чат конференция;
- Маълумотларни излаш хизмати

Ушбу хизматларнинг асосий негизида ахборот, уни етказиш, қабул қилиш ва фойдаланиш каби жараёнлар турибди.

Ахборотни қурол сифатида қўриб ёд ғояларни тарғиб этиш, ўз мақсади йўлида ёш қатламни нишонга олиш, уларни онгини захарлаш йўлида ҳам интернет асосий ўринни эгаллаб тургани ҳеч кимга сир эмас. Инсон ўз қўли билан яратган “мўъжиза” охир оқибат салбий мақсадларда фойдаланиш учун қурол вазифасини ўтамоқда. Айтиш жоизки, бу вазиятда тизимни ёпиб



қўйиш ёки унга қандайдир чегара қўйишнинг имконияти йўқ. Бунинг чорасини қўйидаги фикр мисолида кўриш мумкин.

Мана шундай босқичда давлат ўзига тегишли ва миллий менталитетга хос бўлган ахборотларни тарқатиши мақсадга мувофиқ. Бу ҳам бўлса мамлакатнинг жаҳон ҳамжамиятида тутган ўрнини мустаҳкамлашда кенг фойдаланиш зарур. Ахборий маданиятни шакллантириш орқали юқорида айтиб ўтилган салбий таъсирларнинг олдини олиш мумкин. Шунингдек, “Биз баъзан Ғарб маданияти тўхтовсиз кириб келаётгани ҳақида таассуф билан гапирамиз. Бу шундай кучли оқимки, унга қарши чиқиш жуда мушкул. Бунинг фақат битта йўли бор. У ҳам бўлса, Интернетга ўзимизга мос бўлган маълумотларни ўз вақтида киритишдан иборат”<sup>8</sup>.

Айтиш жоизки, ахборот олишнинг асосий манбаи бўлган интернетнинг глобаллашув жараёндаги ўрни тобора юқорилашиб борар экан, унга нисбатан иммунитетни, ахборий маданиятни шакллантириш лозим. Бу эса минглаб ахборий урушларни, ёд ғояларнинг таъсирига тушишдан сақлайди. Шунингдек, ахборот хавфсизлиги чораларини кўриш орқали бунга эришиш ҳам мумкин. Анъанавий ва онлайн журналистикада техник имкониятларнинг кўпайиши унинг тараққий этиши йўлида хизмат қилади. Биз ёшлар эса ўз онгимизда атрофдагиларда ахборий маданиятни шакллантирган холда уни тўғри йўлда сафарбар этишимиз, ундан интеллектуал қобилиятни оширишда фойдаланишимиз керак. Бу эса тобора ривожланиб келаётган интернет журналистикасининг ютуғи бўлиб хизмат қилади.

## **1.2 Глобаллашув жараёнида интернет фаолияти**

Ахборот асрининг асосий товари ахборот экан, унинг энг қимматлиси ва янгисига бўлган талаб тобора ошади. Маълумки, 1990 йилдан бошлаб китоблар ҳам интернет орқали сотила бошланди. 1995 йил ўз фаолиятини

---

<sup>8</sup> Каримов И.А. Ўзбек халқи ҳеч қачон, ҳеч кимга қарам бўлмайди. Т.:Ўзбекистон, 2005. Б.304.

бошлаган Amazon.com йирик онлайн сайти ҳисобланиб, у орқали минглаб китоблар савдоси амалга оширилади. Бугунги кунда бутун дунё аҳолисининг кундалик турмуш ҳаёти компьютерларга, асосан интернет билан боғлиқ бўлиб қолган. Ривожланган давлатлардаги деярли ҳар бир ташкилот виртуал тизимда ўз “ҳудуди”га эга. Шунингдек, ҳозирги вақтда қўл компьютерлари (PDA) ва қўл телефонлари ёрдамида ҳам веб саҳифаларни ўқишмоқда. Айни вақтга келиб ахборот-коммуникацион технологияларнинг тез ривожланиши натижасида 14 ва 15 дюмли мониторлар бозорлардан суриб чиқарилди ва умумий интернет фойдаланувчиларнинг мониторлари диаметри кенгайди.

Мана шундай босқичда давлат ўзига тегишли ва миллий менталитетига хос бўлган ахборотларни тарқатиши мақсадга мувофиқ. Бу ҳам бўлса мамлакатнинг жаҳон ҳамжамиятида тутган ўрнини мустаҳкамлашда кенг фойдаланиш зарур. Ахборий маданиятни шакллантириш орқали юқорида айтиб ўтилган салбий таъсирларнинг олдини олиш мумкин. Шунингдек, “Биз баъзан Ғарб маданияти тўхтовсиз кириб келаётгани ҳақида таассуф билан гапирамиз. Бу шундай кучли оқимки, унга қарши чиқиш жуда мушкул. Бунинг фақат битта йўли бор. У ҳам бўлса, Интернетга ўзимизга мос бўлган маълумотларни ўз вақтида киритишдан иборат”<sup>9</sup>.

Ўз-ўзидан бу каби таъсирлардан ҳоли бўлиш учун аввало ахборий маданиятни шакллантириш лозим. Г.Г.Воробьевнинг таъкидлашича, “ахборий маданият, бу - ахборий талқиндан фойдаланиш, ахборий вазиятни таҳлил қилиш ва ахборот тизимини янада самаралироқ қилиш малакасидир”.<sup>10</sup> Ушбу масалани тадқиқ этган Санкт-Петербурглик олима Г.С.Мельник қуйидагиларни қайд этади: “Ахборот” ҳамма жойда кўптомонламалик хусусиятига ҳамда аниқлаш баҳолаш сифатига эгадир. Биринчидан, ахборот алмашиш моддият ва ижтимоиятнинг бир бутунлиги сифатида доимий равишда юз беради. Иккинчидан, ҳар қандай ахборот

---

<sup>9</sup> Каримов И.А. Ўзбек халқи ҳеч қачон, ҳеч кимга қарам бўлмайди. Т.: Ўзбекистон, 2005. Б. 304.

<sup>10</sup> Воробьев Г.Г. Твоя информационная культура. Молодая гвардия, 1988. Стр. 63

бўлакраниш, майдаланиш, узиқ-юлуқлик хусусиятига эга (дискет) бўлиб, хабар “бўлақлари”, қисмлари кўринишида мавжуд бўлади ҳамда моддийлашган шаклда (овоз, матн, тасвир) ифодаланади ва қайд этилади. Учинчидан, ахборот оқими узлуксиз ҳаракат қилади. Тўртинчидан, ахборот алмашишнинг аён ашёсига айланиши учун истеъмолга кириши ва ишлатилиш қийматига эга бўлиши зарур. Ахборотни тарқатиш имконияти интернет тизимида энг кўп тарқалган.

Интернетнинг мақоми шунчалик юқорики, у ҳатто почта хизмати, реклама агентликлари ва оддий газеталар фаолиятини ҳам ўрнини боса олиш қобилиятга эга. Бир мисол: АҚШда хатларнинг электрон йўл билан жўнатилиши 18 цент туради. Бу эса биринчи даражали почта маркасидан 3 баробар арзонга тушади. Илгари бир неча соату ва бир неча босқичдан иборат бўлган оддий почта амаллари эндиликда интернет орқали санокли сонияларда бажарилмоқда. Манзил телефони банд бўлган тақдирда ҳам электрон хат қабул қилинади. Телефонда суҳбатлаша туриб, келган электрон хатни ҳам эшитиш мумкин. Агар тугма босилса принтер хат матнини қоғозга тушириб беради. Электрон хатнинг мазмуни нафақат сизга, балки қариндош-уруғларингизга ҳам тегишли бўлса, уни шу заҳотиёқ бир нечта тугмалар ёрдамида уларга тарқатиш мумкин. Телефон гўшагига айтилган жавоб бир неча ўн сониялар оралиғида кўрсатилган манзилнинг электрон қутисига келиб тушади. Шунингдек, махсус қурилма ҳам борки, унга машинкада чоп этилган жавобни кўйсангиз, телефоннинг ўзи матнни овозли хатга айлантиради ва манзилга етказди.

Глобаллашув жараёнининг шиддат билан кечаётган бир пайтда давлатлар ва халқлар, алоҳида шахслар ўртасида ахборот урушлари келиб чиқаётгани ҳеч кимга сир эмас. Интернет глобал ахборот тармоғи ўзида ниҳоятда катта ҳажмга эга бўлган ахборот ресурсларидан миллий иқтисоднинг турли тармоқларидан самарали фойдаланишга имконият туғдиришига қарамасдан, ахборотларга бўлган хавфсизлик даражасини оширмоқда. Шунинг учун ҳам

интернетга уланган ҳар бир корхона ўзининг ахборот хавфсизлигини таъминлаш масалаларига катта эътибор бериш керак. Ушбу тармоқда ахборотлар хавфсизлигининг йўлга қўйилиши ёндашуви қуйида келтирилган:

Ҳар қандай уруш, ахборот уруши шу жумладан, замонавий қурол ёрдамида олиб борилади. Ахборот қуроли ёрдамида, уруш олиб борилувчи барча қуроллардан фарқли ўлароқ, эълон қилинмаган ва кўпинча дунёга кўринмайдиган урушларни олиб бориш мумкин. Ана шу каби ахборий урушларга



эса бир муддатда чек қўйишнинг иложи йўқ, албатта. Айниқса, болалар ва ёшлар қатлами бу таъсирларга берилмаслиги лозим. Ахборий маданиятни бошланғич синфларданок шакллантириш лозим.

Президентимизнинг «Ўзбекистон буюк келажак сари» асаридаги “Мустақил Ўзбекистонни ривожлантиришнинг маънавий-ахлоқий негизлари” деб аталган бўлимида “Ўзбекистонни янгилаш ва ривожлантиришнинг йўли тўртта асосий негизга асосланади”, — дейилган. “Бу негизлар:

- умуминсоний қадриятларига содиқлик;
- халқимизнинг маънавий меросини мустаҳкамлаш ва ривожлантириш;
- инсоннинг ўз имкониятларини эркин намоён қилиш;
- ватанпарварлик.

Мазкур бўлимнинг давомида: «Халқнинг маънавий руҳини мустаҳкамлаш ва ривожлантириш — Ўзбекистонда давлат ва жамиятнинг энг муҳим вазифасидир”, деб кўрсатиб ўтилади.<sup>11</sup>

<sup>9</sup> Каримов И. А. Ўзбекистон буюк келажак сари.- Т.: Ўзбекистон, 1998. Б. 56.

Юқорида келтириб ўтилган тамойиллар негизида маънавий иммунитетни янада шакллантириш, ёд ғояларга алданмаслик каби тушунчалар мавжуд. Шу каби белгилар ахборий иммунитетни шакллантиришда ҳам анча самара бериши шубҳасиз. Шунинг билан бирга ахборотлар макони ҳисобланган интернет тармоғидан мазмунли фойдаланиш ахборотларни саралаш, улардан қай тарзда фойдаланиш, қолаверса, ҳар доим унга нисбатан ҳолисона муносабатда бўлишни шакллантиради.

Ҳозирда ахборот кўлами, унинг имкониятлари даражаси шу қадар кенгайиб кетганки, биз излаётган долзарб янгиликлар ривожини кўплаб оммавий ахборот воситалари орқали топишимиз мумкин. Шунингдек, ҳар бир ахборот воситасини кузатиб, уларнинг ахборотга қандай ёндашаётганлиги, позициясини билиш ҳам қийин эмас. Барча оммавий коммуникация воситалари жамиятни ахборот билан таъминлашдек устувор вазифага эга. Ушбу коммуникация воситалари ўз йўналиши ва ахборот бериш тартибига таянган ҳолда ахборотларга турлича ёндашади. Улар ичида энг тезқори шубҳасиз интернет ҳисобланади.

Шиддат билан ривожланиб бораётган интернет тизими бежизга глобал виртуал кутубхонага қийсланмайди. Биз у орқали кўплаб маълумот, ахборотларга эга бўламиз, излаган ахборотларимизни қидириб топамиз. Бу кутубхонада эса ахборот web-саҳифалар деб номланувчи ўзаро боғланган ҳужжатлар кўринишида тақдим этилади. Ҳар бир web-саҳифа матн, суратлар, видео, овозли ва бошқалардан таркиб топиши мумкин. Мазкур саҳифалар дунёнинг исталган нуқтасидаги компьютерларга жойлаштирилади.

Интернет тизимидаги ахборотлар қандай кўринишда бўлмасин, улар тезлик билан янгиланиб турилади. Масалан, web-сайтларда асосий матндан ташқари ўзгарадиган, бошқа ранг билан ажратилган ва белгиланган сўзлар ёки иборалар ҳамда тасвирлар чиқади. Булар ундаги матнларнинг таъсирчан бўлиши ва дизайн хусусиятлари билан алоҳида аҳамият касб этади. Чунки ахборотнинг таъсирчанлик доираси қанча юқори бўлса, унинг

истеъмолчилари сони шунча ортиб бориши амалиётда ўз исботини топган. Web сайт ўзида кўплаб имкониятларни мужассамлаштирганлиги билан аҳамиятлидир. Интернетда муайян ахборотга эга бўлган ҳужжатни эълон қилиш учун файлни интернетга доимий уланган серверга жойлаштиришнинг ўзи кифоя. Интернетга уланиш имкони бўлмаган компьютерда ҳам web-ҳужжатларни ишлаб чиқиш мумкин. Шахсий Web-саҳифани яратиш унчалик кўп вақт талаб этмайди. Бу амални Web-саҳифани яратишга мўлжалланган махсус дастур ёрдамида бажариш мумкин.

Ҳар бир веб-сайт веб серверда маълум манзилга эга бўлади. Веб саҳифа эса html кенгайтмали матнни ўзида ифода этиб, кодли махсус буйруқларни ўз ичига олади. Яъни у браузерда маълумот қандай тасвирланганини белгилайди. Барча графикли, аудио ва видео маълумот веб саҳифага тўғридан-тўғри чиқмайди. Улар gif, jpg, mp3, avi форматларда намоён бўлади. Веб-сайт бу маълумот маҳсулоти бўлиб, саҳифанинг бир бутунлигини ташкил этиб, веб серверда маъно ва жойлашиш жиҳатидан ўзаро боғлангандир.

Техник имкониятларнинг тобора кенгайиб бораётганлиги даврий веб-сайтларнинг янгидан-янги кўринишларига, ундаги имкониятлар сафининг кўпайишига асос бўлади. Шунингдек, ҳозирда даврий веб-сайтларнинг ҳам сони тобора ошиб бормоқда. ОАВнинг электрон нашрлари ва даврий нашрларнинг ўз веб-сайтларига эга бўлишлари улардаги имкониятлар кўламини анча кенгайтиради. Обуна ёки реклама каби жиҳатларни такомиллаштириш, мухлисларнинг холисона фикрини билишда булар албатта қўл келади.

Шуни алоҳида таъкидлаш керакки, даврий веб-сайтларда дизайн хусусиятларининг юқори бўлиши, уларнинг рейтингини оширишга асос бўлиб хизмат қилади. Яхши танланган фон, мавзу йўналишига мос ва эътиборни чалғитмайдиган ранглар уйғунлигина алоҳида эътибор бериш керак. Интернет ОАВнинг оммавийлашиб бораётганлигининг яна бир сабаби,

кўплаб сайтларнинг мазмунига албатта инфотейнмент деб аталадиган ахборот кўнгилочарлик унсурлари ҳам киритилаётганлигидир.<sup>12</sup>

Веб-сайтлар ўз йўналиши ва мавзу доирасидан келиб чиққан ҳолда фаолият юритади. Бу жараёнда аудиториянинг ёши, қатлами, қизиқиш доирасини ҳисобга олиш лозим. Шунингдек, этика, ахлоқий бузғунчиликни тарғиб этувчи расмлар, изоҳ ва чақириқли матнлардан фойдаланиш муаммоси имкон қадар бартараф этилса, бу яхши натижа беради. Ўқувчини чалғитиш, унинг эътиборини асосий ахборотдан четлаштириш керак эмас. Веб-сайтнинг бор имкониятларидан фойдаланиш, аудитория билан тўғридан тўғри мулоқот қилиш, таклифларни инобатга олиб муаммоларни ҳал этиш бу сайтнинг аҳамиятини оширибгина қолмай, у ахборот майдонида бошқа воситалар билан соғлом рақобат қилишига имкон яратади. Ривожланиб бораётган техника тизимига биз ҳам ўз мулоҳазаларимизни кўшишимиз, уларни оммага тарғиб этишда жонбозлик кўрсатишимиз лозим. Бу замонавий педагогик тизимнинг шарти бўлибгина қолмай, унинг тараққиёти негизини ҳам кўрсатади.

Шунингдек, глобаллашув жараёнида коммуникация воситалари етказаетган тизгинсиз маълумотларни қабул қилишда фойдаланувчи анчайин хавф ва тўсиқларга дуч келмоқда. Муаммони бартараф этиш, ОАВни чуқурроқ ўрганиш учун медиатаълим га юзланиш кифоя. Аксарият ривожланган давлатларга медиатаълим фан сифатида ўтилади. Жаҳон таълим амалиётида бу соҳадаги изланишлар ўтган асрнинг 60-70-йилларидаёқ бошланди ва педагогика фанида ўзига хос йўналиш — медиатаълим пайдо бўлди. Аслини олганда медиатаълим медиани ўргатиш билан бирга, медиасаводхонликни ривожлантиради ва айнан соҳа бўйича билим ва кўникмаларни оширишга хизмат қилади. Айниқса, ёш авлодни етук маънавиятли ва саводли қилишда медиатаълимнинг ўрни беқиёс.

---

<sup>12</sup>Д. Рашидова. Н. Муратова. Интернет журналистика. -Т.: 2007. Б.21.

Медиатаълим бутун таълим–тарбия муваффақиятларининг пойдевори десак муболаға бўлмайди. Таълим жараёнига матбуот, телевидение, радио, кино, видео ва интернет олиб кирилмоқда. Буларнинг барчаси медиадарслар номи билан таълим жараёнини ташкил этишга кўмак бермоқда. Социологларнинг таъкидлашича, ўртача ҳисобда ҳозирги замонда “маданийлашган инсон” 75 йил яшайди, мана шу умрнинг тахминан 50 йилини эса ухлмасдан фаол тарзда ўтказди. Ва роса тўққиз йилини телевизор кўришга сарфлайди.<sup>13</sup> Қандай аташимиздан қатъий назар глобллашув шароитида ахборотдан сакланиш кўникмасининг пайдо бўлгани чин. «Нобель мукофоти совриндори, иқтисодчи Герберт Саймоннинг фикрича, ҳозирги пайтда ахборот ўз исътемомчиларини (реципиентларини) кириб ташламоқда, еб битирмоқда».<sup>14</sup>

Мана шундай шароитда медиатаълимнинг назарий ва амалий асосларини ўрганиш, фуқаролик жамиятини шакллантиришда аҳолининг фаоллигини ошириш бўйича изланиш олиб бориш долзарб вазифадир. Аслида айна кунда медиатаълимнинг нималиги, мақсади ва вазифалари кенг миқёсда ўрганилмоқда, салмоқли натижаларга эришилган. “Википедиа” электрон қомусида берилишича, медиатаълим — оммавий ахборот воситалари — матбуот, телевидение, радио, кинематография, Интернетни ўрганишдир. Бу борадаги билимлар нафақат соҳа учун кадрларни етказиб бериш учун, балки, ахборот технологияларига мурожаат этадиган ҳар бир инсонда медиасаводхонлик — медиаматнларни таҳлил этиш, баҳолаш ва яратиш кўникмасини шакллантириш учун хизмат қилади. Информацион саводхонлик соҳа ва касб нуқтаи назардан барча учун лозим. Медиатаълим ресурслари ёрдамида у ёки бу материал тезроқ ўзлаштирилади. Медиатаълимнинг бош мақсади – асосий қонунларни тушунишга ёрдам беради, оддий йўналишлардаги медиа ахборот тилини ўрганиш; ўқувчининг бадийий ўсиши,

---

13 Kubey, R. Obstacles to the Development of Media Education in the United States. –New York.: 1998. P.58.

14 Павликова М.М. Парадокецы информационного общества. –Вестник.: МГУ, 2008. СТР. 35.



ривожланишига ҳисса қўшиш, медиаматнларни қабул қилиш, ўрганиш ва малакали таҳлил этиш кўникмасини шакллантиришдан иборат.

### **1.3 Интернет журналистикасида веб-сайтларнинг ўрни**

Маълумки, интернет журналистикаси замонавий ахборот технологияларининг таъсирида жадаллик билан ривожланмоқда. Бу эса интернет тизимининг юзага келиши ва оммавийлашиши билан боғлиқ жараён.

Интернет хизматининг асосий тушунчалари қуйидагиларни ўз ичига олади:

- HTML формати;
- "Гиперматн" боғланиш;
- HTTP "гиперматн" узатиш протоколи;
- Web ҳужжатлар;
- Web узел ва сайтлар;
- Web саҳифаларнинг фаол қисмлари.

Шу ўринда веб-сайтлар фаолиятига тўхталамиз.

Тизимда ахборот web-саҳифалар деб номланувчи ўзаро боғланган ҳужжатлар кўринишида тақдим этилади. Ҳар бир Web-саҳифа эса матн, суратлар, видео, овозли ва бошқалардан таркиб топиши мумкин. Саҳифалар турли кўриниш ва форматда дунёнинг кўплаб нуқталарига тарқатилади. Web-сайтларнинг ҳам техник ҳам мазмуний имкониятлари талайгина.

Уларнинг дизайн жиҳатдан мукаммал бўлиши ўқимишлиликни, ва оммабопликни таъминлайди. Унда ахборотни турли кўринишда бериш имконияти ҳам мавжуд. Шу боис кўплаб фойдаланувчилар ўзларининг шахсий саҳифаларини яратиш имкониятига эгалар.

Ахборот олишнинг асосий манбаи бўлган интернетнинг глобаллашув жараёнидаги ўрни тобора юқорилашиб борар экан, унга нисбатан иммунитетни шакллантириш, ахборий маданиятни тарбиялаш лозим. Бу эса

минглаб ахборий урушларни, ёд ғояларнинг таъсирига тушишдан сақлайди. Бу эса ҳам интернет тизимининг шаклланиши, унинг жамият тараққиётидаги ўрнини янада мустаҳкамлайди. Шунингдек, ахборот хавфсизлиги чораларини кўриш орқали бунга эришиш ҳам мумкин. Айти пайтда тизимда веб-сайтларнинг кунора оммаланиши, уларнинг техник жиҳатидан тортиб, мазмунида ҳам бўлиб ўтаётган ўзгаришларга гувоҳ бўлмоқдамиз. Ўз сайтингизни интернетда жойлаштириш унчалик ҳам қийин эмас. Бунинг учун WWW сервердан бирида ташкил топган файллар нусхасини олиш етарли. Биз томондан яратилган сайт сизнинг компютерингиздаги дисклардан бирининг Web папкасида жойлашган бўлиб, index.html, geoton.html, Spisok.html ва menu.html, шунингдек, CLOUD.GIF. расмлардан таркиб топган тўртта HTML файлда иборат. Биз бу файлларнинг барчасини, жумладан, расмлар файли ҳам WWW серверига жойлаштиришимиз зарур.

Агар сиз Web- саҳифанинг бирида бор бўлган ҳаволадаги исталган файл ёки расмдан нусха олишни унутсангиз, унда турган гапки ташриф буюрувчининг браузерлари уларни топиш ва акс эттиришга қийналади. WWW серверига файлларни ўтказишнинг бир қанча имкониятлари мавжуд. Сиз бунда маҳсус дастурларни, масалан, ношир Web (Web Publishing Wizard), Netscape Composer ёки сайтингизни жойлаштирмоқчи бўлган бепул хизмат серверининг файл менеджери-юклаш интерфейсида фойдаланишингиз мумкин. Web-сервер ва узатувчи дастур ўртасида ахборот алмашилиш имкониятини таъминлайдиган HTTP- Hyper Text Transfer Protokol ( гиперматн ўтказиш протоколи) файлларни ўтказишда бу вариантларнинг барчасидан фойдаланади. Бутунжаҳон ўргимчак тўри WWW турли операцион тизимлар ва коммуникация дастурларидан фойдаланувчи ўзаро боғланмаган ҳар хил типдаги ўнлаб, минглаб компютерларни бирлаштиради. Тармоқнинг ҳар бир компютери бошқаси билан боғланиши учун протокол деб аталувчи қоида ва стандартларнинг ягона тўплами

қўлланилади. Файлларни ўтказишда яна бир вариант FTP– File Transfer Protocol протоколи бўйича киришдан фойдаланади. Бу протоколнинг асосий вазифаси интернетдаги файлларни бир компьютердан бошқасига юборишдан иборат. Бундан ташқари, FTP протоколи ёрдамида ўчирилган компьютерда файллар билан: нусха кўчириш, жойлаштириш, ўчириш, каталог яратиш ишларини амалга ошириш мумкин. FTP протоколдан фойдаланиш учун FTP – мижоз номланувчи махсус дастур керак бўлади. FTP -мижоз FAR ёки Total Commander файллар бошқаруви дастури, Cute FTP ва бошқа дастурларга хизмат қилиши мумкин. Шунини эса тутиш лозимки, серверга файлларни ўтказиш усулини сервер эгаси танлайди.

Сайтингизни қаерга жойлаштириш мумкин? Бунда икки усул: ўз провайдерага серверига, ёки бепул хизмат серверларидан бирига. Ҳар қайси провайдер ўз фойдаланувчиларга web-саҳифалари учун диск майдонининг кичик ҳажмини бир неча мегабайтларни тақдим этади. Бу бир томондан бепул, бошқа томондан эса арзимаган тўловни олади. Учинчидан тўлов ажратилган жой етмаганда қўшимча жой эвазига олинади. Сиз Web-саҳифани жойлаштиришнинг шартларини провайдердан аниқлаштириб олишингиз керак. Айни пайтда интернетда хоҳловчиларга Web-серверда сайт жойлаштириш ҳамда уни қўллаб-қувватлаши учун пул тўловларини талаб қилмайдиган имкониятларни тақдир этган хизматларнинг катта қисми мавжуд. Бундай бепул хизматлар реклама берувчилардан қабул қилиб олинмайдиган воситалар ҳисобига кун кўради. Шунинг учун серверда тақдим этилган бепул жой одатда фойдаланувчидан белгилаб берилган, масалан, реклама ахборотининг – баннерлар ёки браузернинг қўшимча ойналарининг фойдаланиш саҳифаларига асосий саҳифани юклаш вақтида реклама билан тўлдириш шартларини бажаришни талаб қилади. Бундай шартлар ҳар доим ҳам мақул бўлавермайди, шунинг учун бепул хизматни танлаганда унга эътибор беринг.

Бепул хизмат сервер маъмурияти қандай ахборотларни сайтда жойлаштиришга йўл қўймайди деган савол туғилиши мумкин. Баъзи бепул хизматлар тижорий ахборотларни жойлаштиришга рухсат бермайди. Ахборотларни янгилаш почта ёки сервернинг файл менежери, НТТР ёки FTP протоколи бўйича кириш имкониятидан фойдаланувчи дастурлар ёрдами билан бажарилади. Кўпинча янгилаш қанчалик тез даражада кучга кириши аҳамиятга эга. Серверни танлашда янгилаш сиз учун максимал даражада қулай бўлишига эътибор қаратинг. Кўпчилик фойдаланувчилар учун бепул хизмат сайт учун берган манзил кўриниши аҳамият касб этади. Одатда уларнинг кўпи қисқа **geoton.narod.ru**, узун ва эслаб қолиш қийин бўлган компакт манзилни афзал кўради.

Бепул хизматлар тез-тез қўшимча хизматларни: ташриф буюрганлар ҳисоблагичи, меҳмонлар китоби, чат, форум, энг яхши саҳифа танловида иштирок этиш имконияти ва бошқа хизматларни тақдим этади. Сайтни яратишдан кўзлаган мақсадиздан келиб чиқиб, бепул хизматларни танлаётганизда ушбу хизматларнинг рўйхати сизга ас қотиши мумкин. Бу эса саҳифангизни жойлаштирамоқчи бўлган сервер қандай тезликда ишлашини билиб олишингизда ёрдам беради.

Агар саҳифангиз узоқ юкланса, ташрифчилар «сизнинг саҳифангизга кириш»ни унчалик ҳам хоҳламасликлари мумкин. Бошқа тенг шароитда сайт учун «секин» дан кўра «тезкор» сервердан фойдаланган яхши. Ва ниҳоят, бепул хизматни танлаётганда диск майдонининг қанча ҳажми сизга керак бўлишини аниқлаб олинг. Одатда бу хизматлар ҳар бир фойдаланувчига 512 килобайтдан 20 мегабайтгача диск майдонини тақдим этади. Бир неча мегабайт кичик сайт учун бемалол етарлидир. Лекин агар кўламли лойиҳа ишлаб чиқилаётган бўлса, диск майдонини янада кўпайтириш борасида бепул хизмат истиқболлари ва имкониятларини баҳолаш лозим.

Интернетда “Social networking service” деб номланган бу тушунча ижтимоий муносабатларнинг онлайн ёки веб-сайт режимида қурилиши, акс

этиши ва ташкиллаштирилишидир. Тарихга кўз ташласак, бу тушунча 1954 йилда фанга киргани ҳамда унинг интернетга алоқаси йўқлигини билиб оламиз. Маълум бўлишича, социолог Жеймс Барнс мазкур тушунчани илк бор қўллаган. Ижтимоий тармоқнинг характерли жиҳати нимада?

Аввало унда шахсий маълумотлар баъзаси яратилади. Масалан, ўқиш ёки иш жойи, ҳобби, ҳаётининг принцип ва бошқалар. Иккинчидан ундаги тўла ахборот алмашинуви имконияти. Яъни фотосурат, видеоёзув, матнларни жойлаштириш. Учинчидан ижтимоий тармоқдан фойдаланувчилар билан дўстлик ҳамкорлик ва қариндошлик ришталарини боғлаш мақсадида улар билан мулоқот қилиш. 1995 йилдан ижтимоий тармоқлар оммалаша бошлади. Яъни америкалик Рэнди Конрад “classmates.com” (синфдошлар) сайтига асос солганидан бошлаб виртуал мулоқот йўлга қўйилди. Гарчи мазкур сайт бир неча йил бундай сервизлар пайдо бўлишига йўл қўймаган бўлсада 2003-2004 йилда “LinkedIn”, “My space”, “Facebook” фаолият бошлади. 2006 йилда эса Россияда “Одноклассники” ва “В контакте” ижтимоий тармоқлари иш бошлади. Шу ўринда жаҳонда энг кўп фойдаланилаётган ижтимоий тармоқлар рўйхатини келтириб ўтсак:

1. “Facebook” дунёда энг кўп тарқалган ижтимоий тармоқ.
2. “Foursquare” 20 миллионга яқин аъзоси бўлиб, ундан фойдаланувчилар аниқ манзилини харитада кўрсатган холда рўйхатдан ўтиши мумкин.
3. “Google+” Кенг имкониятлари жиҳатидан “Facebook” дан қолишмайди.
4. “Imo.im” Дўстлар мулоқотини таъминлашда муҳим ўрин тутади
5. “Instagram” Фотосуратни жойлаштиришда қулай ижтимоий тармоқдир.
6. “LinkedIn” 175 миллион аъзоси бор. Мазкур тармоқ орқали ҳамкасбларни топиш, тажриба алмашиш мумкини экан.
7. “Twitter” Қисқа маълумотларни алмашиш бўйича етакчи тармоқ.

8. “Path” Тармоғидан мобил алоқа смартфон ва планшетлар ёрдамида фойдаланиш мумкин.

9. “Pinterest” Тармоғида дўстлар, яқинлар фотосурат алмашиши мумкин.

10. “Tumblr” Ижтимоий тармоғи блог тамойили асосида ишлаб, тезлиги жиҳатдан эътибор қозонган.

2011 йилда ижтимоий тармоқларнинг биргина қилган даромади 5 млрд АҚШ долларида ошган. Ваҳоланки, 2007 йилда бу 1,2 миллиардга тенг эди. Ижтимоий тармоқлар рекламаси деб номланиб, яъни у нишон деган ном олган. Демак тармоқ нафақат мулоқот, балки маркетинг тадқиқотлари учун ҳам қулай. Иккинчи жиҳат Европа Иттифоқига аъзо барча давлатларнинг 10 мингга яқин мактаб ўқувчилари ўртасида сўровнома ўтказилган. 9 ёшдан 16 ёшгача бўлган ўсмирлар иштирок этган сўровномада уларнинг 22 % порнография акс этган контентлар хавотир уйғотишини айтишган. 18 % эса зўравонлик ва ваҳшийлик, шу жумладан ҳайвонларга нисбатан шавқатсизлик акс этган тасвирлар маъқул келмаётганидан нолишган. 13 % ўсмирларни ўзлари хохламаган мулоқот ташвишга солар экан. 19 % уларнинг номидан кимдир маълумот тарқатишидан қўрқади.

Интернетда келтирилишича, ижтимоий тармоқ билан боғлиқ яна бир хавф виртуал захарлаш экан. Бунинг ташкилотчиларини “Интернет тролли” деб номлашади. Бу тоифадаги жиноятчиларининг ягона мақсади, жанжалларни кўзгаш, жамиятда норозиликлар уруғини сочиш, миллий қадриятларни тан олмасликка ундашдан иборат.

Мутахассисларнинг фикрича, раҳбарлар ва бошқарув ходимлари ахборотлар билан ишлашга вақтларининг 30 %дан 80 %гача сарфлашар экан. Кутубхона ва ахборот хизмати кўрсатуви муассасалар Интернет тармоғидаги маълумотнома ресурси (сайт)лар ҳақидаги ахборотларни аниқлаш ва тўплашга ҳаракат қиладилар кейинчалик улар (сайт манбалари) асосида (анъанавий электрон шаклдаги махсус йўл кўрсатгич, маълумотномалар,

луғатлар, энциклопедиялар) яратилади. Бундай маълумотлар қуйидаги кўринишларда бўлади:

*Адрес фирмали маълумотномалар ва маълумотлар базалари.* Аниқ бир ташкилот ва унинг махсулотларига мўлжалланган бўлади. Улар учун маълумотларни танлаш мавзули, хронологик, ва географик меъёрлар асосида амалга оширилади. Қоидага кўра бу нашрлар реклама ахбороти хараактерида бўлиб, асосан фирмаларни ўзи ҳақида ахборот бериш мақсадида шакллантирилади. Адрес фирмали маълумотномаларни тайёрлашда фойдаланиш мумкин бўлган маълумотнома сайтларга қуйидагилар киради:

[www.b2c.uz](http://www.b2c.uz) Ушбу сайтда Тошкентдаги ресторанлар манзиллари, телефон рақамлари ва нархлари ҳақида маълумот олиш, қизқитирган саволларни йўллаб жавоб олиш имконияти бор.

*Биографик маълумотномалар баъзалари.* У ёки бу регион ёки соҳанинг ривожини учун катта хисса қўшган шахслар ҳақида ахборотларни тақдим этади. Фойдаланувчилар одатда бир нечта манбаларга мурожаат қилиб ўзларига керакли маълумотларни қидирадилар ва уларнинг сўровлари бўйича берилган барча манбаларни бирма бир кўздан кечириб, сўровга мос ёки мос бўлмаган ахборотларни саралайдилар. Бу эса ўз ўрнида кўп вақт талаб этади. Бир манбага мурожаат қилган ҳолда аниқ бир йўналишдаги бир нечта шахслар ҳақида маълумот олиши мумкин. биографик маълумотномаларни тайёрлашда фойдаланиш мумкин бўлган сайтларга қуйидагилар киради:

[www.biografiya.ru](http://www.biografiya.ru) ушбу сайтда рус адабиёти шоир ва ёзувчиларининг ҳаёти ва ижодий фаолияти ҳақида ҳикоя қилувчи биографик маълумотлар берилади.

[www.biographer.ru](http://www.biographer.ru) Ушбу сайтда машхур композиторлар, актёр ва рассомлар биографияси билан танишиш имконияти мавжуд. Ушбу сайтда ўтмишда, айниқса иккинчи жаҳон урушида хизмат кўрсатган ҳарбийлар биографияси билан танишиш мумкин.

[www.stat.uz](http://www.stat.uz) Ушбу Ўзбекистон давлат статистика қўмитаси сайтида асосан иқтисод ва давлат аҳамиятига мос статистик маълумотлар тақдим этилган.

[www.statistika.ru](http://www.statistika.ru) Ушбу сайтда инсон фаолиятининг деярли барча соҳаларига оид статистик маълумотларни билиш мумкин.

*Нархлар ҳақида маълумотномалар ва бюллетенлар.* Товар ва хизматлар учун жорий нархларни акс эттиради. [www.domtest.ru](http://www.domtest.ru) Ушбу сайт тиббиёт ускуналарининг энг сўнгги нархлари ҳақидаги маълумотларни тақдим этади.

[www.ozon.travel](http://www.ozon.travel) Мазкур сайтдан рейслар ва уларнинг нархлари ҳақидаги маълумотларни олиш мумкин.

*Илмий-оммабон маълумотномалар, маълумотлар баъзалари* Бу турдаги маълумотларни олиш имконияти мавжуд сайтлар:

[www.uforum.uz](http://www.uforum.uz) Сайтда саломатликка оид бўлган материаллар бор.

[www.oila.uz](http://www.oila.uz) Ушбу сайтда турли соҳаларга иод адабиётларнинг библиографик рўйхати ва бошқа маълумотлар киритилган.

[www.bazm.uz](http://www.bazm.uz) сайтида ҳар қандай маросимларни ўтказиш учун фото видео хизматлари, байрам либослари ва бошқалар ҳақида маълумотлар олиш мумкин.

[www.kashfiyotlar.narod.ru](http://www.kashfiyotlar.narod.ru) Ушбу сайтда физикага оид кашфиётлар бўйича маълумотлар олиш мумкин.

Интернет тармоғидаги турли хил ресурслар ҳақида маълумотлар тўпланиб мазмунига кўра юқорида келтирилган тартибда турларга ажратилади ва улар асосида анъанавий ва электрон шаклдаги маълумотномалар тайёрланади. Электрон шакллари муассаса сайтига онлайн режимига жойланади. Турли соҳаларга оид илмий журналларнинг электрон шакллари мавжуд бўлган сайтлар ҳақидаги маълумотномалар тайёрланиб, фойдаланувчиларга тақдим этилади.

Замонавий босқичда онлайн ҳамда анъанавий журналистика ўртасидаги рақобат бир мунча кўзга ташланади. Бундан бир неча йиллар аввал газета



тахририятларида веб-сайтлар билан шуғулланувчи бўлимлар санокли бўлиб, нашрнинг электрон эмас, балки босма нашрнинг ўзига кўпроқ эътибор берилган. Шов шувга сабаб бўлувчи мақолалар, долзарб аҳамиятга эга мавзулар босма нашрнинг асосий қисмларини эгаллаб, веб-сайтларга бўлган талаб ҳам юқори бўлмаган. Аний пайтда дунёнинг етакчи нашри ҳисобланган “Times” газетаси бош биносини унинг веб-сайти бўлимлари ташкил этади. Аввалига нашр фақатгина ўзида эълон қилинган материалларнинг энг сараларини веб-сайтида тақдим қилди. Муштарийлар замонавий дизайнга эга веб-сайтдаги материалларга нашрнинг тақрорий қисми сифатида қарашди. Вақт ўтиб “Times” ижодий ҳодимлари газета веб-сайтларида фақатгина нашрда эълон қилинган материаллар эълон қилиниши керак деган, талабни чеклаб ўтишни. Веб-сайтларнинг техник имкониятлари, тезкорлигидан фойдаланиб унга асосан куннинг муҳим янгиликлари, нашрда эълон қилинмаган таҳлилий материалларни тақдим эта бошлашди. Натижа кутилгандан ҳам аъло бўлди. Эндиликда реклама берувчилар ҳам ўз товарларини веб-сайтлар орқали ўтказишга киришишди. Нашр веб-сайтида берилган сўровномалар, мухлисларнинг фикр ва мулоҳазаларини “Times” саҳифаларида янгидан яги рукнларнинг очилиши, сайтда очик мулоқот ташкил этиш орқали ранг баранг саҳифаларнинг пайдо бўлишига замин яратди. Аний пайтда дунёнинг бошқа давлатларида ҳам нашр веб-сайтларида ҳам нашрда учрамайдиган воқеа-ҳодисаларни кузатишимиз мумкин.

Ҳар бир веб-сайтнинг бирдан бир вазифаси ўқувчиларни ахборот билан таъминлашдан иборат. Шундай экан, уларнинг имкониятларидан оқилона фойдаланиш, ахборотларга нисбатан холис баҳо бериш долзарб масалалардан биридир. Онлайн журналистиканинг асосий жиҳатларидан бири тезкорлик. Ушбу принципни тўғри йўналтирган ҳолда веб-сайтлар имкониятларидан тўлақонли фойдаланиш, нашр ҳамда веб-сайт ўртасидаги узвийликни бузмаган ҳолда фаолият юритиш албатта яхши самара беради. Интернет журналистикасида веб-сайтлар ўрнини оширишда малакали интернет

журналистлари, чуқур назарий билимга эга ва техник амалларни бажара оладиган саводли кадрлар лозим.

## **II Боб. ВЕБ-САЙТ ВА УЛАРНИНГ РИВОЖЛАНИШ ЖАРАЁНЛАРИ**

### **2.1 [www.hurriyat.uz](http://www.hurriyat.uz), [www.jamiyat.uz](http://www.jamiyat.uz) сайтларида мавзу долзарблиги ва жанр хусусиятлари**

Ҳозирги кунда ҳаётимизни ахборот технологияларисиз тасаввур қилиш қийин. Шундай экан, ҳар бир инсон ўзи учун лозим бўлган ахборотни имкон қадар тезроқ олишга, уни таҳлил қилишга ҳаракат қилади. Кўплаб

маълумотлар манбаи сифатида нафақат нашрлар, телевидение, радио балки уларнинг веб саҳифаларини кўришимиз мумкин. Истеъмомчи учун аввало янгиликдан тезда бохабар бўлиш муҳим. Шунингдек, унга фикр билдириш, шарҳ ёзиш, танқид қилиш каби жараёнлар кейинги ўринда туради. Замонавий веб-сайт қуйидаги хусусиятларга эга бўлиши лозим:

1. Тезлик билан ишлаши
2. Мазмунан бой бўлиши
3. Доимий аудитория билан мулоқотда бўлиши
4. Жалб этувчи дизайнга эга бўлиши

Нашр веб-сайтидаги асосий жиҳат, бу ундаги янгиликлардир. Шунга мувофиқ аксарият нашр веб саҳифаларда янгиликлар лўнда ифодалангани. Муштарий газетани варақлаб керакли маълумотга эга бўлгунча, тезлик билан веб саҳифада унинг электрон кўринишини ўқиш мумкин. Электрон нашрлар ҳаётимизга шу қадар сингиб кетдики, кўплаб фойдаланувчилар томонидан унинг ўқилиши тезкор аҳамият касб этмоқда.

**Маълумотларга қараганда АҚШ да биринчи электрон газета 1990 йилда пайдо бўлиб, «The Electronic Club» деб номланган. Кейинчалик бу жараён шиддат билан ўзгарган. Жумладан, 1995 йилнинг бошида электрон газеталар сони 100 та бўлган бўлса, 1996 йил бошида улар сони 815 тага етади, 1996 йил ўрталарида эса 1115 та бўлган. 1999 йилда AJRNewslink компаниясининг маълумотлар базасида 4925 та тармоқ газеталари бор эди. Улар орасида фақатгина электрон шаклдаги нашрлар анчани ташкил қилган. Электрон нашрлар ҳам маълум манзилга эга бўлиб, у бизга веб-сайт дизайнини эслатади. Фақатгина электрон нашр ва босма нашрнинг ички хусусиятлари деярли бир хил. Веб-сайтда эса ушбу жиҳатлар ўзгариб турилади. Сиз бирор бир веб-сайтни очганингизда аввало, унинг дизайни кўз олдингизда намоён бўлади. Дизайнинг мохирлик билан ишланганлиги, ранглар уйғунлиги,**

**сарлавҳа ва рукнлар шрифтларидаги такрорланмас жиҳатлар ўқувчининг эътиборини тортса, у сайтнинг бошқа имкониятларидан фойдалана олишига туртки бўлади.**

Мустақиллик йилларида юртимизда матбуот соҳасида ўзгаришлар содир бўлди. Собиқ тузум даврида ёд гоё, мафкура ҳамда сиёсий зўравонликлар матбуот саҳифаларини эгаллаганлигини гувоҳи бўламиз. Матбуот ҳамиша инсонларни фикрлашга, маърифатга ундовчи маёқ вазифасини ўтаб келган.

Ўзбек матбуотида етакчи ўринлардан эгаллаган Ўзбекистон журналистлари ижодий уюшмаси муассислигида нашр этилувчи Хуррият газетаси ҳамда унинг веб-сайти фаолиятига эътиборимизни қаратамиз. Таниқли журналист Бойбўта Дўстқораев ўзининг “Ўзбекистон журналистикаси тарихи” деб номланган китобида нашр тарихи билан боғлиқ кимматли маълумотларни келтиради:

“Хуррият” газетаси юртимизда 1335 ҳижрий йилнинг 7 ражабидан, милодий 1917 йилнинг 16 апрелидан сиёсий, адабий, иқтисодий, илмий газета сифати билан Самарқандда ҳафтасига икки мартадан чиқа бошлади. Унинг 1-сонидан шундай қайд мавжуд: «Хуррият» газетасига ушбу муҳаррирлар муованат (ёрдам) қилурлар: 1) мударрис Саид Аҳмад Васлий, 2) Маҳмудхўжа Бехбудий, 3) бухороли мулла Абдурауф Фитрат, 4) Саид Аҳмадхўжа Сиддиқий. Дарҳақиқат, мазкур зотлар публицистик, адабий-бадий асарлари билан «Хуррият»нинг мунтазам суратда чиқишига доимо ёрдамда бўлишди. Ўз даврининг таниқли публицистлари бўлган Саид Ризо Ализода, Ҳожи Муинлар ҳам унда фаол иштирок қилдилар. Булардан ташқари, Садриддин Айний, Ғози Юнус, Мирмуҳсин Шермухамедов, Чўлпон, Мардонқул Шоҳмажидзода кабилар ҳам ёзиб туришган. Булар «Хуррият»нинг сиёсий-ижтимоий қиёфасини белгилашган. Атоқли сиймо Маҳмудхўжа Бехбудий ва Саид Ризо Ализодаларнинг 12 тадан, Ҳожи Муиннинг 21 та асари «Хуррият» саҳифаларида эълон қилинган. Абдурауф

Фитратнинг эса, турли жанрдаги 41 та асари чоп қилинган. Бунинг устига, у газетанинг 27-сонидан охири 87- гача, жами 51 та сонига муҳаррир бўлган”.<sup>15</sup>

“Хуррият” мустақил газетасининг 2011 йилдаги адади 5111 тани ташкил этади. Газета бош муҳаррири Ўктам Мирзаёровдир. Хуррият газетасини варақлар экансиз, ундаги ранг баранг мавзулар, мулоҳазага чорловчи материалларга кўзингиз тушади. Шунингдек, газетада бериб бориловчи мақолалар сарлавҳалари ҳам эътиборга молик. 2011 йил 21 декабр сони Иномжон Абдиевнинг долзарб мавзудаги “Осмонда осилган офат” мақоласининг сарлавҳаси эътиборни тортади. 9 ноябрь сонидида Ҳаким Сатторийнинг “Жаноб тарбия” деб номланган муаммоли мақоласи, 23 ноябр сонидида Абдулла Ориповнинг “Умри узун нақллар”, Юлдуз Хожиевнинг “Қуёш” даги қалби қуёш одамлар, И. Абдиевнинг “Муросаю мадора халқчил чора”, Шамсия Худойназарованинг “Кўзлар “ухляпти, виждончи ” каби жозибали сарлавҳалари шулар жумласидандир.

Шунинг билан бирга нашрда тез тез такрорланадиган, доимий ва кўпчиликка таниш бўлган сарлавҳалар ҳам учраб туради. Хусусан 2011 йил саҳифаларида “Махаллийлаштириш дастури асосида”, “Эзгу ишларимизни изчил давом эттириш доимий вазифамиздир”, “Алоҳида эътиборталаб масала”, “Ишонч ва кафолат фаолиятимиз мезони”, “Таълим узлуксизлигини таъминлаш йўлида ” каби сарлавҳалар бошқа нашрларда ҳам кўп маротаба такрорланган ва ўқувчида мақолани ўқишга қизиқиш уйғотмайдиган, такрорий сарлавҳалардир. Ҳозирги кунда нашр адади ўртача миқдорда. Шунинг учун у айрим чекка ҳудудларга етиб бормаяпти. Хусусан вилоят матбуот шаҳобчаларида нашрнинг фақат эски сонларига кўзимиз тушади. Бундай пайтда эса нашрнинг веб-сайти у билан танишмоқчи бўлган ўқувчиларга қўл келади, албатта. Hurriyat.uz сайтининг кўриниши нашр

---

<sup>15</sup> Б.Дўстқораев.Ўзбекистон журналистикаси тарихи.-Т.:Фафур Ғулом номидаги нашриёт-матбаа ижодий уйи, 2009.Б.282.

йўналишига мос тарзда тузилган бўлиб, газетанинг ўзига хос рамзлари ва шиори, мавзуга доир белгилари тартиб билан жойлашган.



Сайтнинг ўнг тарафидаги блокда турли маълумотларга доир мавзуларни танлаш мумкин. Қувонарлиси, унда бир неча йиллар олдин нашр юзини кўрган материалларни ўқиш имконияти “Архив” бўлимида бор. Сайт дизайни ва хостинг MANAGER сайтларни бошқариш тизимижда UZINFOCOM томонидан амалга оширилган. Блоглар қуйидагича номланади:

1. Муаммо ва танқид
2. Ижтимоий сиёсий ҳаёт
3. Халқаро воқеалар
4. Ҳуқуқ
5. Бебаҳо бойлик
6. Бешинчи уммон
7. Журналистика
8. Маънавият
9. Карикатура
10. Фойдали сайтлар
11. Жамоат фонди лойиҳаси

Сайтдаги кичик сўровнома орқали мухлислар бўлимлар ҳақида ўз фикрларини айтиб ўтишлари мумкин. Шу ўринда веб-сайтнинг камчиликлари ҳақида тўхталсак.

Сайт орқали мақолаларнинг энг таъсирли, керакли мухим қисмлари алоҳида белгилар воситасида ёки кўрсаткичлар ёрдамида берилса мақсадга мувофиқ бўлар эди. Мавзулар борасида фойдаланувчилар билан очик мулоқот олиб борилгани яхши самара беради. Шунингдек, йил сарҳисоби қилиниб сайтда интерактив тарзда танловлар ўтказилиши керак деб ўйлаймиз. Веб-сайтдаги ёзувлар, бўлим номлари асосан ҳаво рангда. Шунингдек, кўп белги ва рамзлар шу рангда тақдим этилади. Юқоридаги ҳолатларга эътибор қаратилса, веб-сайт янада яхши кўринишга эга бўлади. Энг биринчи вазифа, бу ўқувчилар эътиборини қозониш. Бу эса мутахассислардан сайт ишига масъулият билан ёндашишни, бошқа наشرлар билан рақобатга кириша олиш даражасидаги дизайнни ишлаб чиқишни талаб этади.

Шу ўринда Интернет учун ёзадиган журналистларга бир қанча маслаҳат ва тавсиялар бериб ўтиш мақсадга мувофиқ бўлади. Улар “The Guardian” журнали ҳамда BBC хизмати томонидан тайёрланган<sup>16</sup>.

“... Ҳар қандай янгиликлар сайтнинг мақсади ўз фойдаланувчиларига муҳим ахборотларни энг самарали, қизиқарли ва фойдали шаклларда етказиб беришдан иборат бўлиши керак. Онлай учун мақолаларни ёзиш жараёни анъанавий журналистикадан деярли фарқ қилмайди. Озгина фарқ эса Интернетнинг ўзига хослиги билан боғлиқдир.

Сайтлар мазмунига қараб уларни безатиш қонуниятлари қуйидагилардир:

- Оддийлик веб-саҳифа дизайннинг асосий мақсадига айланиши лозим;
- веб-саҳифа дизайни унинг мазмуни билан ҳамоханг бўлиши керак;
- веб-саҳифа кўп платформада фаолият юритишини таъминлаш яхши самара беради. Шундагина эски технологиялардан фойдаланувчилар ҳам унга кириш имкониятига эга бўладилар.

---

<sup>16</sup> www.Guardian.com

- ҳар қандай веб-саҳифанинг асосий мақсади – маълумот узатишдир. Дизайн эса айнан ана шу маълумотни олишга ёрдам беришдир.

- навигация элементлари зарурият бўлсада, улардан фойдаланишни иложи борича камайтириш керак;

-ҳар бир саҳифага мазкур саҳифа тегишли бўлган компаниянинг логотипи жойлаштирилиб, бош саҳифага силка билан ўтишни таъминлаш;

-веб-саҳифаларда ҳали синовдан ўтмаган янги технологияларнинг кўлланилиши ҳам охир оқибатда унинг фаолиятининг тўхталишига олиб келиши мумкин.<sup>17</sup>

Шиддат билан ўзгариб бораётган даврда веб-сайтларга қуйиладиган талаблар ҳам ортиб боради. Ваҳоланки, тезкорлик, холислик ва ҳаққонийлик принципига амал қилиб тайёрланган ҳар қандай асар ёки ижод маҳсули албатта ўзининг ижобий самарасини беради. Веб-сайтларда ахборот алмашинувини тўғри йўлга қўйиш, бу борада малакали мутахассислар тайёрлаш интернет журналистикаси олдида турган долзарб масалалардан биридир.

## **2.2 “Хуррият”, “Жамият” ижтимоий-сиёсий нашрлари веб-сайтидаги ўхшашликлар ва тафовутлар**

Бундан 20 йил аввал дунё жамоатчилиги томонидан вақт ўтиб, кабель, телефон, телевидение, кино, компьютер технологияларининг биргаликдаги тараққиёти «катта портлаш»га олиб келиши, ҳар бир соҳага кириб бориши, инсоният ҳаётининг ажралмас қисмига айланиб қолиши таъкидланган эди. Орадан унчалик кўп вақт ўтмасдан бу фикр амалда исботини топди. Шу билан бирга юқорида номи тилга олинган техник русумларнинг янгидан янги моделларини аҳолига беминнат хизмат қилмоқда. Булар қаторида замонавий техник имкониятларга тўла веб-сайтлар ҳам бор. Хусусан юртимизда 1995 йил 29 апрелдан бошлаб «uz» домени рўйхатга олинганидан буён унда жойлаштириляётган веб-сайтлар сони кўпайиб бормоқда. Масалан, 2010

---

<sup>17</sup> Калмыков.А.А, Коханова Л.А.Интернет-журналистика.- М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005.



йилнинг февраль ойида мамлакатимиз интернет маконида 10 мингдан ортиқ веб-сайт рўйхатга олинган бўлса, кейинчалик уларнинг сони 18,3 мингдан ошди. Бу борада ўнлаб меъерий-ҳуқуқий ҳужжатлар, жумладан, ахборотлаштириш тўғрисидаги қонун, Президентимизнинг замонавий ахборот-коммуникация технологияларини жорий этиш ва ривожлантириш тўғрисида, Вазирлар Маҳкамасининг интерактив давлат хизматлари кўрсатишни ҳисобга олган ҳолда интернет тармоғида Ўзбекистон Республикасининг ҳукумат портали фаолиятини янада такомиллаштириш тўғрисидаги қарорлари ва бошқа ҳужжатлар қабул қилиниб, ҳаётга татбиқ этилмоқда.

Эндиликда босма ОАВнинг электрон нашри ҳамда веб-сайтлари билан танишиш имкониятига эгамиз. Юртимизда кундан кунга янги имкониятларга эга, ўз муштарийларини тошган, интерактив хизматларни йўлга қўйган нашрлар веб-сайтларининг сони тобора ортиб бормоқда. Тадқиқотимиз объекти ҳисобланган “Хуррият”, “Жамият” ҳамда бошқа нашрлар веб-сайтларига атрофлича тўхталамиз.



Хуррият газетаси веб-сайтига назар ташлар эканмиз, унда газета йўналишига хос дизайн, ёрқин рангдаги фон ҳамда рангли сарлавҳаларга кўзингиз тушади. Юқорида ҳам биз фаолиятига тўхталган ушбу нашр веб-сайти ҳозирда бошқача кўринишга эга бўлди. Веб-сайт шиори “Ўзингни англа” деб номланади. Уст қисмидаги фонда эса дунё харитаси, ҳумо куши ҳамда давлатимиз харитасининг тасвири мавжуд. Яшил ҳаворанг ва сариқ рангдаги рамзлар бир бирини тўлдириб турганини кўришимиз мумкин.

Веб-сайт бўлимлари эса қуйидагича номланади:

1. Бош саҳифа
2. Ижтимоий ҳаёт
3. Маънавият
4. Журналистика
5. НТТ фаолиятдан
6. Бешинчи уммон
7. Ҳуқуқ
8. Муаммо ва танқид
9. Халқаро хабарлар

“Кўп ўқилган” бўлимида ой давомида энг кўп ўқилган мақолалар силка сифатида бериб борилади:

- **КО'P O'QILGAN**

**SOG'LOM AVLOD - SOG'LOM KELAJAK**

2014-12-26 16:28:19

**MUAMMOLI MAQOLALAR TALQINI**

2015-01-28 03:07:25

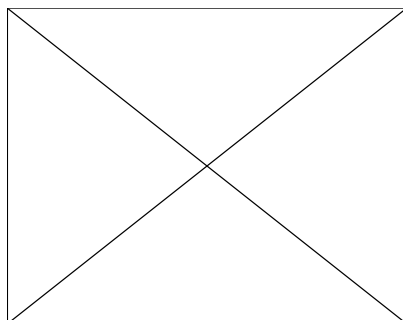
**DAVLATCHILIK SALOHİYATI**

2014-12-26 17:05:39

**IZLANISHLAR SAMARA BERMOQDA**

2014-12-26 16:06:05

Веб саҳифа орқали бир қанча бошқа расмий веб-сайтларга кириш имконияти ҳам мавжуд. Фойдаланувчилар учун бу манба бўлибгина қолмай тўғридан тўғри бошқа сайтлардан маълумот олишни таъминлайди. Сайтнинг ўнг томонида рекламалар учун алоҳида жой ажратилган.



**REKLAMA**

**REKLAMA**

## БУ ЕРДА СИЗНИНГ РЕКЛАМАНГИЗ БЎЛИШИ МУМКИН ЗДЕСЬ МОГЛА БЫ БЫТЬ ВАША РЕКЛАМА

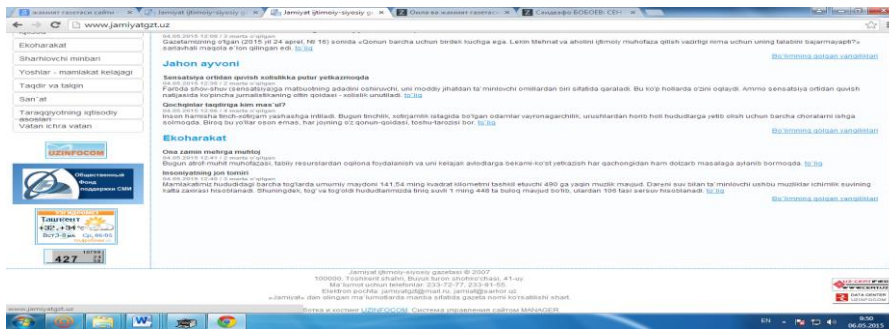
“Хуррият” газетаси веб-сайтида нашрнинг ўзида мутолаа қилинган, ва кўплаб муҳокамаларга сабаб бўлган мақолаларни кузатиш мумкин. Шунингдек, тарбиявий аҳамиятга эга сарлавҳа ва мавзуси долзарб аҳамият касб этган мақолалар кўплаб топилади.

Айтиб ўтиш жоизки, нашр қанчалик ўқимишли бўлса, унинг веб-сайтига нисбатан қизиқиш ҳам шунчалик ошиб боради. Нашр ҳамда веб-сайтнинг бир бири билан узвий боғлиқлиги ўқувчи муштарийлар сонини оширишда асосий омил бўлиб хизмат қилади.

“Жамият” ижтимоий сиёсий газетаси аҳолини турли мавзулардаги ахборотлар билан таъминловчи нашр ҳисобланади. Ушбу газетанинг веб-сайти бошқа веб-сайтларга қараганда ўзида кўплаб маълумотларни жамлаган. Сайтдаги бўлимлар сонининг кўплиги, асосий ойна очилиши билан туркум тарзида берилган хабар ва маълумотлардан ҳам буни билиш мумкин. Фон учун кўк, ҳаворанг, оқ каби ранглар танланган. Уст қисмида давлатимиз рамзлари ва ҳамда пойтахтдаги диққатга савовор жойлар акс этган.



Мақола билан тўлиқ танишмоқчи бўлсангиз сарлавҳанинг устига икки марта босасиз ва мақоланинг тўлиқ шакли экранда пайдо бўлади.



Жамият веб-сайтидаги хабарларнинг берилиш тартиби қуйидагича:

Mulohaza

Nimani qay shaklda o'qigan ma'qul?

09.02.2015 17:18 / 47 marta o`qilgan

Universitetimizda yetti mingdan ortiq o'g'il-qiz tahsil oladi. Ularning barchasiga bir paytning o'zida kutubxonamizda kitob topish amri-mahol.

Ta`til olish huquqi Konstitutsiyamizda to'la kafolatlangan.

05.12.2014 16:00 / 148 marta o`qilgan

Tahririyatimizga mushtariylarimizdan ko'plab murojaatlar bo'ladi. Ularning aksariyati fuqarolarning huquq va majburiyatlari xususidadir. Jumladan, toshkentlik A`loxon Shoberdiyeva yaqinda tahririyatga qo'ng'iroq qildi. U o'n yildan buyon bir tashkilotda o'rindosh bo'lib ishlayotgani, shu davr ichida biror marta ham mehnat ta`tiliga chiqmagani haqida gapirdi

Kitoblar kamolotga yetaklaydi

05.12.2014 15:59 / 79 marta o`qilgan

«Kitoblar mening hayotim mazmuni, biror bir kunimni mutolaasiz tasavvur qilolmayman. Nazarimda, yashash zavq-shavqi faqatgina kitoblar bilan. Sizlar ham ana shunday lazzatdan bebahra qolmanglar».

Xolis so'z hamisha e`tiborda

11.07.2014 08:15 / 121 marta o`qilgan

Tanqid - kelajak mevasi, deyishadi. Darhaqiqat, o'z o'rnida qilingan tanqid, to'g'ri yo'naltirilgan va asoslab berilgan taklif faqatgina taraqqi±tga xizmat qiladi.

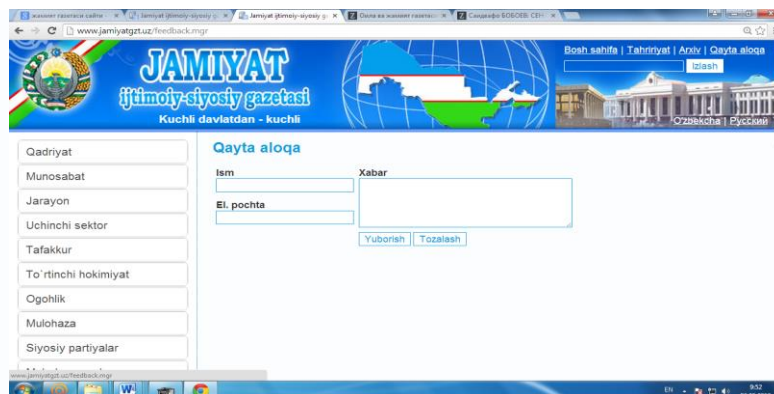
Bu borada ommaviy axborot vositalari xolis munosabat va tanqidiy tahlil orqali jamiyatdagi ayrim muammolarga javob izlab, hayotimizning to'kis va benuqson bo'lishiga imkon qadar hissa qo'shib kelmoqda.

Веб-сайтда қуйидаги бўлимлар билан танишишингиз мумкин:

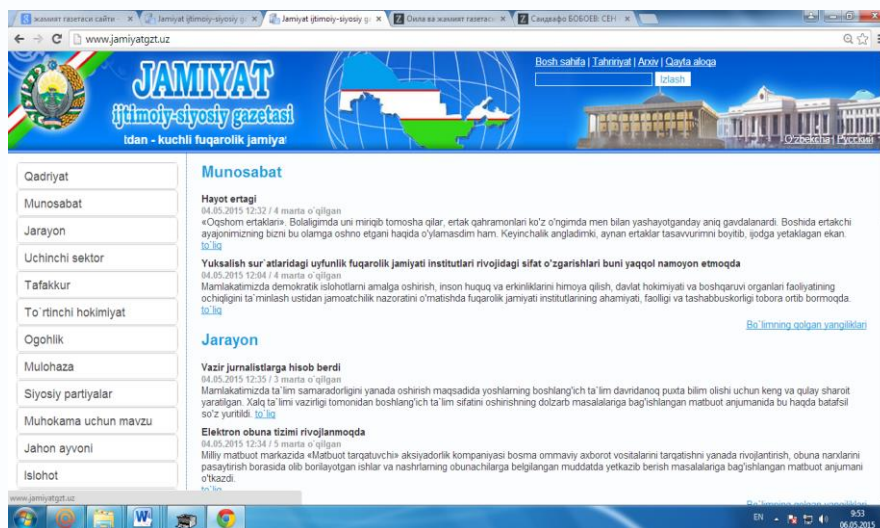
- Qadriyat
- Munosabat
- Jarayon
- Uchinchi sektor
- Tafakkur
- To'rtinchi hokimiyat
- Ogohlik
- Mulohaza
- Siyosiy partiyalar
- Muhokama uchun mavzu
- Jahon ayvoni
- Islohot
- Ko'ngil mulki
- Manaviyat
- Sport
- Ijtimoiy hayot
- Hayot va qonun
- Jamiyat
- Mahorat maktabi
- Ta'lim
- Tanlov
- E'tirof
- Iqtisod
- Ekoharakat

- Sharhlovchi minbari
- Yoshlar - mamlakat kelajagi
- Taqdir va talqin
- San`at
- Taraqqiyotning iqtisodiy asoslari
- Vatan ichra vatan

Сайтнинг архив бўлимида нашрнинг аввалги сонларида чоп этилган мақолалар билан танишишингиз мумкин. Сайт ҳақидаги фикрларни ўзингиз ҳақингиздаги маълумотларни киритганингиздан сўнг унга қолдиришингиз мумкин. Бу эса мухлислар билан ҳамкорликни яхшилашга асос бўла олади.



Сайт айрим камчиликлардан холи эмас. Бўлимларда мавзуга доир мақолалар тўлалигича жойлаштирилмаган. Шунингдек, шрифт ҳамда матн ҳажмининг кичиклиги ўқувчини мавзудан чалғитиши мумкин. Сарлавҳалар учун алоҳида ажралиб турувчи шрифтнинг танланмагани ҳам бир мунча ноқулайликларни келтириб чиқаради. Сайтнинг рус тилидаги шаклини ишга туширганда айрим ноқулайликлар, баъзи саҳифаларнинг рус тилидаги шакли умуман йўқлигига гувоҳ бўлдик.



Сайт тезлик билан ишласагина ўқувчилар унинг имкониятларидан тўлиқ фойдалана оладилар. “Жамият” газетасининг сайтида эса бўлимлардан бўлимларга ўтиш ўқувчида қийинчилик туғдиради. Шунингдек, веб-сайт ойнаси очилгандаёқ унда майда шрифтдаги мақолалар дастлаб кўзга ташланади. Бу эса ўқувчи қизиқишини сўндириши мумкин. Шунингдек бир хил шаклдаги шрифтлар ҳам ўқувчини тезда зериктириб қўйиши мумкин. Биргина сайтнинг “Танлов” бўлимига кирганимизда ундаги эски маълумотларга кўзимиз тушди. Сайтда мақолаларни тез тез алмаштириб туриш каби жиҳатга эътибор берилмаган. Биламизки, газета саҳифаларига ҳам турли танловлар бериб борилади ҳудди ўша танловларни веб-сайт саҳифаларида бўлиши бу интернет орқали газета билан танишувчи ўқувчида қизиқ уйғотиши шубҳасиз. Қуйида танлов бўлимидаги бир неча ой аввалги эски маълумотлар тақдим қилинган.

Tanlov

Bilimdonlar bellashuvi

21.12.2012 15:36 / 199 marta o`qilgan

Toshkent viloyati Tabiatni muhofaza qilish qo'mitasi tashabbusi bilan O'zbekiston Respublikasining «Tabiatni muhofaza qilish to'g'risida»gi Qonuni qabul qilinganining 20 yilligiga bag'ishlab qo'mita xodimlari ishtirokida «Siz qonunni bilasizmi?» mavzuida o'tkazilgan ko'rik-tanlovning yakuniy bosqichi bo'lib o'tdi.

«Qoplon - 2012»: g'oliblar taqdirlandi

21.12.2012 15:35 / 210 marta o`qilgan

Yaqinda atrof-muhit muhofazasi va barqaror taraqqiyot sohasidagi eng yaxshi jurnalistik ishlar bo'yicha «Qoplon - 2012» respublika ko'rik-tanlovining g'olib va sovrindorlarini taqdirlashga bag'ishlangan tantanali marosim bo'lib o'tdi.

Ko`rsatish

Шу ўринда “Даракчи” веб-сайтига тўхталиб ўтишни ҳам жоиз топдик. Darakchi.uz сайти “Darakchi Media Press” МЧЖнинг лойиҳаларидан бири ҳисобланиб, сайт Ўзбекистон Матбуот ва ахборот агентлиги томонидан ОАВ сифатида давлат рўйхатига олинган. Сайтда техник имкониятларнинг юқорилиги, мақолаларнинг оммабоплиги ва ранг баранг саҳифалар ўқувчилар эътиборини тортмай қолмайди. Даракчи газетаси йўналиш жиҳатдан оммабоп газета бўлганлиги боис унда реклама ҳарактеридаги, шов шувга сабаб бўлувчи материалларни кўплаб кузатамиз. Нашр веб-сайти дизайни ҳар томонлама фойдаланувчи талабларига жавоб бера олади, материалларни ўқишга ундайди. Веб саҳифанинг асосий бўлимлари эса ўн биттани ташкил этиб, улар турли мавзуларни ўзида қамраб олган.

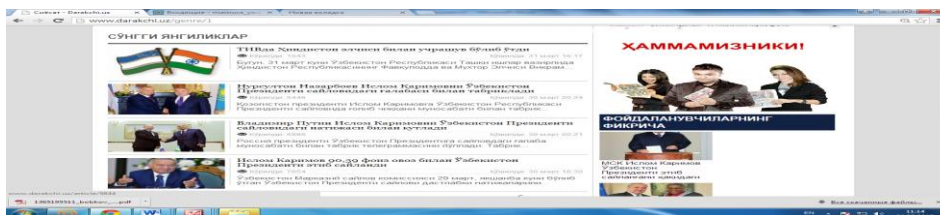
1. Бош саҳифа
2. Сиёсат
3. Иқтисодиёт



4. Жамият
5. Дунё
6. Спорт
7. Шоу Бизнес
8. Маданият
9. Саломатлик
10. Техно
11. Турфа олам

Бўлимларда мавзуга доир мақолалар, интервью ҳамда қизиқарли фактлар билан танишиш мумкин.

Маълумот ўрнида шуни айтиш керакки, “Darakchi Media Press” масъулияти чекланган жамияти 2010 йилда ташкил этилган бўлиб, тахририят фаолияти билан шуғулланади. Бугунги кунда жамият муассислигида “Даракчи”, “Даракчи ТВ” ва “Даракчи Бизнес Маркет” газеталари чоп этилмоқда. Нашр манзили Тошкент шаҳри, Амир Темур кўчаси, 53-уйда жойлашган. Электрон манзили эса e-mail: [info@darakchi.uz](mailto:info@darakchi.uz) ҳисобланади. Даракчи газетаси веб-сайтининг кўриниши:



Саҳифанинг “Сўнгни янгиликлар” бўлимида куннинг энг муҳим, тезкор янгиликларини учратиш мумкин. Янгиликларнинг сарлавҳалари шрифти қалинроқ тарзда ўқишга қулай тарзда жойлаштирилган. Янгиликлар бўлимида ҳар бир бўлимларнинг мавзусига хос янгиликлар умумий тарзда қуйидагича берилади.

Янгиликлар

- 

Дунё: Халоват излаб ҳалокатга учраганлар қисмати

Шоу-бизнес: Фарруҳ Комилов чархпалакда "қўлга тушди"

Шоу-бизнес: Назарбековнинг концертида барчани йиғлатган қўшиқ матни кимга тегишли?

Дунё: Британия шаҳзодаси Уильям қиз фарзандлик бўлди

Жамият: «Афсона» сайёҳлик поезда ҳаракатлана бошлади

Жамият: Олти ёшли болани мактабга бермоқчимисиз? Шошилманг, чунки...

Дунё: Аср ўғрилиги: “Олмослар қиролининг” янги хужуми

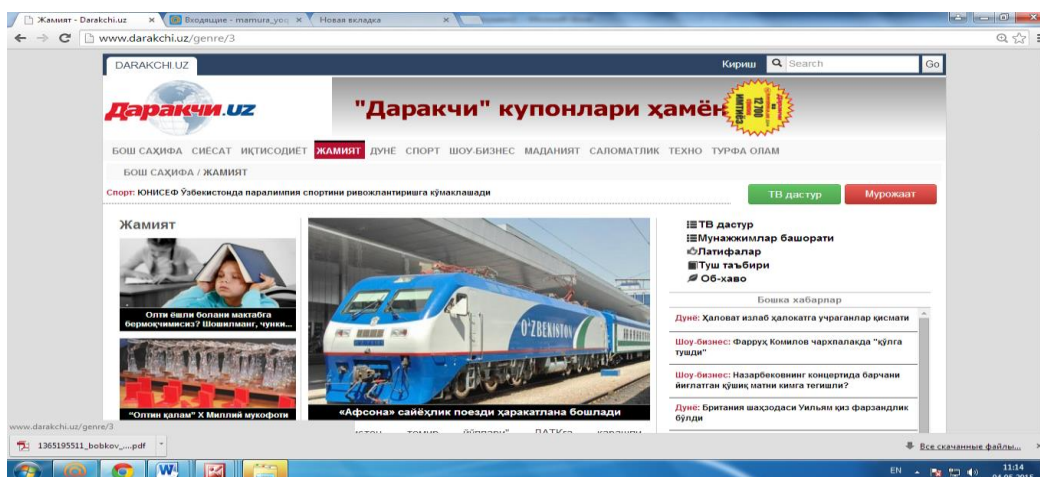
Жамият: “Олтин қалам” X Миллий мукофоти навбатдаги ғолибларини аниқлади

Шоу-бизнес: Гулсанам Мамазоитовадан янги ва яхши клип

Жамият: Паркент тумани ўқув муассасаларига таҳдид қилган вояга етмаган фуқаро қўлга олинди

Ҳар бир янгиликда мавзуга доир сифатли суратлар берилган. Саҳифанинг ўнг томонида саҳифага мос тарзда турли рекламалар жойлаштирилган. Шу билан бирга саҳифанинг логотипига назар ташласак. Логотипда акс этган глобус шаклида ҳам мантиқий маъно бор. Веб-сайтда жаҳонда юз бераётган воқеа ҳодисалар, жараёнлар акс этганлиги боис шу тасвир танланган. Логотипнинг устки қисмидаги “Даракчи” сўзининг қизил рангда ёзилганлиги эътиборни тортади, албатта. Ҳар бир саҳифанинг ён тарафида алоҳида “ТВ

дастур”, “Мурожаат” деб номланган қисми ҳам муштарийлар билан мулоқот қилиш имконини беради.



Яна бир эътиборга молик жиҳат шундаки, веб саҳифадаги мақолаларни ўқувчи қандай қабул қилмоқда, уларнинг фикр мулоҳазалари, энг кўп ўқилган мақолаларни аниқлаш, сайтни мазмунан рейтинг қилиш мақсадида ҳам алоҳида саҳифалар фаолият юритгани яхши. Даракчи сайтида бу фикрни исботини топишингиз мумкин. “Энг кўп муҳокама қилинганлар” рункида мухлислар томомидан кўп ўқилган мақолаларни кўришингиз мумкин.

### ЭНГ КЎП МУҲОКАМА ҚИЛИНГАНЛАР



Севинч Мўминовадан ваъда қилинган "Кўйлагим" клипи премьераси (видео)



Шоҳруххон энди прюдусер



Тўти Юсупова оламдан ўтди? Англашилмовчиликка ойдинлик киритамиз



Ватандошларини ҳақоратлаган Наргиз сўзлари учун узр сўради



“Қалампир”нинг сири нимада?



Янгиликларни беришда сайтда қисқалик, лўндаликка эътибор бериллади. Чақирикли сарлавҳалар ўқувчини янгиликларни ўқишга ундайди албатта. [www.darakchi.uz](http://www.darakchi.uz) сайти ҳақидаги фикр мулоҳазаларни сиз сайт ташкилотларига ёзма тарзда билдиришингиз мумкин. Қуйидаги бўлим айнан шу саволларга жавоб беради.

Фуқаро муурожаати

“Darakchi” сайти орқали бирор бир ташкилот ёки мансабдор шахсга муурожаатингиз борми, у ҳолда бизнинг қуйидаги шаклимиз орқали уни бизга юборинг. Биз тез фурсатлар ичида муурожаатингизни кўриб чиқамиз ҳамда сизга жавобини етказамиз. Сайт интерактив талабларга тўлиқ жавоб беради. Унда мунажжимлар башорати, туш таъбирлари, об ҳаво маълумотларини кўришиниз мумкин.

Умуман олганда нашр веб-сайтлари нашрни реклама қилиш билан бир каторда, глобал тармоқ орқали уни мутолаа қилаётган мухлисларига янгидан янги маълумотларни узатиши, нашрда эълон қилинган лойиҳа ёки танловлар билан доимий таништириб бориши лозим. Газетанинг қўлига олмаган муштарий веб-сайт орқали нашр ҳақидаги тасаввурга эга бўлиши бу унинг энг катта ютуғидир. Айни пайтда фаолият юритаётган веб-сайтларнинг асосий камчилиги ҳам шунда. Интернет тезкор ахборот макони. Шундай экан, ҳар бир сайт ўз фойдаланувчиларини янгиликлар билан таъминлаб туриши лозим. Тезкорлик, аниқлик ва оммабоплик принципларига эга веб-сайтлар орқали кўзда тутилган мақсадга эришиши шубҳасиз.

### **2.3 Веб-сайт ва электрон нашрларнинг тараққиёт тенденциялари**

Бугунги кунда коммуникациянинг асосий тармоқларидан бири ҳисобланган интернет тезлик билан иқтисодиёт, таълим, маданият каби соҳаларга кириб борди. Ахборотга эга бўлиш, уни қабул қилиш ва етказиш давр талаби. Маълумот олиш, уни тарқатиш ва жамоатчилик билан кенг алоқани ўрнатган тизимда эса ривожланиш бўлади. Бу борада интернет тизими муҳим инфраструктура вазифасини бажараётгани ҳеч кимга сир эмас. Интернет орқали ахборотни узатиш унча катта бўлмаган маълумотлар аниқ ва қатъий тузилишга эга бўлган пакетлар деб аталувчи порциялар орқали юз беради. Масалан, интернетдаги Usenet телеконференциялар тизими билан фойдаланувчи ўзининг ахборотини бирор бир usenet янгиликлари гуруҳига

жойлаштириши мумкин ва ахборот ушбу янгиликлар гуруҳига обуна бўлган фойдаланувчиларга очик бўлиб қолади. Ҳудди шу тарзда интернетга хабарлар тарқалади.

Ахборотнинг кўлами ҳозирда шу қадар муҳим аҳамият касб этдики, уни чегаралаш ва чеклашнинг имкони бўлмаяпти. Жаҳонда рўй бераётган глобаллашув жараёни ҳеч бир давлат ёки соҳани четлаб ўтгани йўқ. Айнан бу даврда ахборотнинг ўрни тобора ошиб бормоқда. Глобаллашув назариясининг асосчилари ўтган даврдаги ҳолатларларни илмий асослаб беришган, балки ҳозирги даврни ҳам башорат қилишган. Масалан, таниқли назариётчиларидан бири Жорж Моделскининг таъбири билан айтганда, мозийда моддий-материалистик мезонлар бўйича гегемонлик даражаси айна шу мамлакатнинг кучлилигини белгилар эди. Ўша пайтлардаги тараққиёт, муносабатлар ривожини карвонлардаги туя тезлиги, жанглардаги отлар дупури, тўфонларда қолиб кетган кемаларнинг ёғоч сурати, кечалари кўкдан кутб юлдузини қидирган сарбон нигоҳлари билан ўлчанарди. Ҳозирги кунда олим айтган юқоридаги ҳолатларнинг ҳеч бири кузатилмайди. Бу давр ўтиши ҳамда жараёнларнинг жадал ривожланиши, онг ҳамда, илмнинг юксалиб бориши билан боғлиқ албатта. Глобаллашув жараёни ҳаммага бирдек таъсир қилар экан, демак унинг ижобий ҳамда салбий жиҳатларидан кўз юмиш душвор. Тизимнинг салбий жиҳатлари айнаан ахборот орқали амалга ошириляётгани аввало ёшлар онгига ўз таъсирини кўрсатмоқда десак муболаға бўлмайди.

Жисмоний йўқотиш учун мўлжалланган қурол билан миллионлаб инсонларнинг ҳаётига зомин бўлиш мумкин, бироқ ахборий қурол ва психологик уруш орқали бугун ундан ҳам кўпроқ одамнинг онгини захарлаш мумкин. У келтирган зарар онг ва тафаккурда жуда ҳам чуқур из қолдиришга қодир. Глобаллашув жараёнининг энг муҳим бўлаги - Ахборотга эгалик қилиш, уни оммага тарқатишдир. Бу вазифани тезкорлик билан эгаллаш йўлида интернет ахборот майдонига чиқди.

World Wide Web лойиҳаси 1989 йил бошларида Европа элементар зарралар физикаси лабораториясида Женевада юзага чиққан. У оммавий дастурли интерфейсни қўллаб ахборотни яратиш ва кўриш жараёнини ўзгартирди. 1993 йилдан бошлаб WWW интернетнинг ресурслари ичида оммавийлашиб кетди. Ушбу маълумотлар баъзаси исталган маълумотни топишда қўл келади. Шуни унутмаслик керакки, ахборотдан қурол сифатида фойдаланаётган ёвуз кучларга қарши курашишда ўзига хос психологик ҳужум, сара ва ҳаққоний ахборотларни тарғиб этиш шу куннинг муҳим масалаларидан бири ҳисобланади. Интернет тизимида ахборотни маълум бир махфий йўл билан жўнатиш учун фойдаланувчи ахборотни шифрлаши зарур. Шифрлаш хатни бошқа бир одам ўқимаслигига гаров бермайди, бироқ бу хатни тасодифан кўрилишидан асрайди. Нохолис ахборотларнинг кўпайиши эса глобал муаммони юзага келтиради. Бу борада Президентимиз қуйидаги фикрни билдирганлар:

“Ҳаммамизга аён бўлиши керакки, “Ахборот асри” деб ном олган XXI асрда ҳеч қайси давлат ёки жамият ўзини темир девор билан ўраб яшай олмайди”<sup>18</sup>

Тараққиётнинг дастлабки босқичида инсоният бир-бири билан алоқа қила олиш шаклини ўзлаштиргани ва шу ёрдамида амалий ишларни бажара олгани учун ўзини бахтиёр ҳис қилган. Бироқ уларнинг ахборотлари ибтидоий шаклда ва бироз содда кўринишда бўлган. Тараққиётнинг ўсиши эса ахборот воситаларининг кўпайишига олиб келди. Эндиликда уларнинг сони беҳисоб. Фақатгина танлаш имконияти бизда. Илгари одамлар ҳар бир ахборотни ўзига янгилик сифатида қабул қилган бўлса, ҳозирда ахборотлар ичидан янгилигини танлаш одат тусига кирган. Сабаби, кенг қўламдаги ахборотларни қабул қилиш учун жуда кўп вақт сарфлашга тўғри келади. Авваллари табиий объектлар — юлдуз, сайёра, ҳайвон, ўсимлик ва ўрмонлар

---

<sup>18</sup> Каримов И.А. Энг асосий мезон ҳаёт ҳақиқатини акс эттириш. -Т.:Ўзбекистон, 2009. Б.13.

ахборот манбаи ҳисобланса, кейинчалик техниканинг ривожланиб бориши натижасида илмий тажрибалар, машиналар, аппарат ва технологик жараёнлар ахборот манбаига айлангани айтиш ҳақиқат.

Ахборот манбалари ва ундан фойдаланувчиларнинг турли туманлиги, ахборотнинг ўзини соҳаларга нисбатан бўлинганлигига қараб уни белгили, матнли ва графикли каби шаклларда ифодалашга олиб келди. Ҳарф, рақам, белги ва шу кабилардан фойдаланишга асосланган белгили шакл энг оддий шакл ҳисобланиб, у кўплаб фойдаланувчилар томонидан осон қабул қилинади. Ахборот мавжуд бўлиши учун, албатта, ахборотни узатувчи ёки сақловчи қандайдир объект бўлиши керак. Бундай объектлар жуда кўп бўлиб, уларнинг сони мунтазам ўсиб бормоқда. Айтиш жоизки, ахборот узатишда инсон қадимдан ҳаводан фойдаланиб келган. Унинг тебраниши эвазига кўп асрлардан буён нутқ узатилмоқда. Электр токи тебраниши ахборотни турли тармоқлар билан исталган масофага йўналтириш имконини беради. Рентген нури ва ёруғлик нури ҳам кўплаб ахборотларни узатади. Ахборотни сақлашга мўлжалланган энг кўп тарқалган материал қоғоз бўлган. Ҳозирда эса улар электрон шаклида компьютер хотирасида, киноленталарда, диапозитивларда, видео ёзув кўринишида сақланмоқда. Шунинг билан бирга уни осон қабул қилиш ва узатишда ана шундай техник воситалар юқори ўринга чиқиб кетди. Электрон машиналарда ахборотни сақлаш, ҳужжатларни ва ундаги маълумотларни тез топиш фойдаланувчиларни барча керакли ахборот билан таъминлашни сифат жиҳатидан янгича ташкиллаштиришга имкон беради. Бу каби шароитлар барча соҳа ходимлари учун қулай ҳисобланади.

Ахборот турли бўлганлигига қарамай, у учта муҳим сифатга эга бўлишлиги керак:



1. Тўлиқлик, яъни ўрганилаётган объект ёки ҳодисани тўлиқ ифодалаши керак;

2. Обьективлик, яъни у бу хусусиятга тўлиқ жавоб бермаса тегишли натижага эришилмайди;

3. Ишончлилиқ, яъни ахборот шубҳа туғдирмаслиги ва бошқатдан қайта ишланмаслиги керак;

Америкалик сиёсатчилар ахборий жамиятнинг бир қатор муҳим кўрсаткичларини санаб ўтишган. Уларнинг фикрича, ахборий маҳсулотлар (оммавий ахборот воситалари маҳсулотлари, маданиятнинг турли кўринишлари ва ҳоказо) бора-бора ички ялпи маҳсулотлар (ишлаб чиқариш саноати, агросаноат, нефт қазииш ва металлургия) келтираётган умумий даромаддан ортиб кетади. Ягона глобал ахборот маконини яратиш учун, биринчидан, ҳар бир фуқаронинг хабар ва янгиликларга боғлиқлик даражасини ошириш талаб этилади. Улар бир соатлик вақтини ҳам ўзига алоқадор бўлган ахборотсиз тасаввур қилолмайдиган бўлиб қолади. Иккинчидан, одамлар дунёвий жараёнлар: сиёсий, иқтисодий, маданий, маънавий, мафкуравий воқеа-ҳодисаларга ҳам тааллуқли ахборот ресурслари билан ипсиз боғланишади. Учинчидан, кишиларнинг ахборот ва ахборий хизматларга бўлган эҳтиёжи ўз вақтида қондирилиши лозим.

Юртимизда ахборотлаштириш соҳасида айниқса мустақиллик йилларида кўп эътибор берилди. Ўзбекистонда ахборот технологияси ривожланишини тезлаштириш ва замонавий даражага кўтариш учун Республика Вазирлар Маҳкамаси томонидан бир қатор қарорлар қабул қилинган. 1994 йилда Вазирлар Маҳкамаси Ўзбекистон Республикасини ахборотлаштириш концепциясини қабул қилган. Концепция асосида “Ўзбекистон Республикасини ахборотлаштириш Дастури” ишлаб чиқилган.

Дастур уч мақсадни ўз ичига олади:

1. Миллий ахборот ҳисоблаш тармоғи;
2. ЭҲМни математик ва дастурий таъминлаш;
3. Шахсий компьютер;

Ахборотнинг кўлами вақт ўтиши билан ўзгарди ва тез суръатларда ривожланди. Ахборий сектор - ҳаракатдаги, тез ўсувчи индустриядир. У ўз навбатида, минглаб одамларни иш билан таъминламоқда. АҚШ кабелли телесаноатида бугунги кунда 100 минг нафардан зиёд ишчи фаолият юритаяпти. Шу каби жиҳатларни инобатга олиб, БМТ Бош Ассамблеяси 2006 йил 27 мартдаги резолюциясида 17 майни - халқаро "ахборий жамият куни" сифатида нишонлаш таклифи билан чиқди. Ахборот билан боғлиқ жараёнлардан кўз юмиш мушкул. "Ҳаммамизга аён бўлиши керакки, "Ахборот асри" деб ном олган XXI асрда ҳеч қайси давлат ёки жамият ўзини темир девор билан ўраб яшай олмайди"<sup>19</sup>. Сабаби, ахборий жамиятда яшовчи ҳар бир инсон унга бефарқ бўлмаслиги, воқеаларга нисбатан жавоб бера олиши ва эркин фикр юритиши лозим. Ахборот таъсирида бўлган ёд ғояларга қарши ахборот билан жавоб қайтариш керак. Шу ўринда тизимнинг ажралмас бўлаги веб-сайтларнинг тузилишига эътибор қаратсак.

Бош саҳифа веб-сайтнинг биринчи саҳифасидир. Веб-сайт битта саҳифадан ёки ўнлаб ва ҳатто, юзлаб саҳифадан иборат бўлиши мумкин. Охирги ҳолда бош саҳифа веб-сайтнинг мундарижаси вазифасини бажаради ва веб-сайтдаги маълумотларни топишни осонлаштириш учун хизмат қилади. Бош саҳифада ажратилган ёки остига чизилган гипермуружаатлар жойлашган бўлади. Улар сайтдаги бошқа саҳифаларга ўтишга хизмат қилади. Серверда жойлашган ва бир-бири билан боғланган ҳужжатлар биргаликда веб-сайтни ташкил этади. Битта серверда ҳар бири алоҳида соҳада (алоҳида папкада) жойлашган кўплаб сайтлар бўлиши мумкин. Улар битта

---

<sup>19</sup> Каримов И.А.Энг асосий мезон ҳаёт ҳақиқатини акс эттириш. -Т.:Ўзбекистон, 2009. Б.13.

винчестерда кўплаб папкалар жойлашгани каби жойлашишади. Баъзи веб-сайтлар жуда катта бўлади ёки уларга ҳар доим кўплаб мурожаатлар бўлади. Бундай сайтларни жойлаш учун битта сервер етарли бўлмайди. Бундай ҳолларда битта сайт бир неча серверларга ёки бир неча компьютерлардан иборат серверга жойланади.

Сайт яратишда унинг ҳар бир саҳифасидан орқага ва бош саҳифага қайтиш имкони кўзда тутилиши керак. Бу усул фойдаланувчи учун жуда қулай бўлиб, у сайт ичида адашиб қолмайди. Фойдаланувчи ҳар доим бош саҳифага қайтиб, бошқа йўналишда сайт бўйлаб юра олади. Сайт ичидаги саҳифаларнинг ҳар бири ихтиёрий бошқа саҳифа билан боғлана олиши мумкин. Лекин кўпгина сайтлар пирамида, яъни дарахтсимон кўринишдаги тузилишга эга бўлади. Бундай тузилишга эга сайтларда фойдаланувчи адашиб қолмайди, чунки бундай сайтнинг тузилиши фойдаланувчи учун тушунарли ва унинг сайтда адашиб қолиши мумкин эмас.

Веб-сайтлар одатда уч хил тузилишга эга. Биринчи тур чизиқли бўлиб, ҳар бир саҳифага ундан олдинда жойлашганидан ўтилади. Ҳар бир китоб варақлари шундай тузилишга эга.

Иерархик (пирамида, дарахтсимон) тузилишга эга сайтларда керакли малумотларни топиш янада осонроқ. Бунда умумийроқ маълумотлардан анча тор маълумотларга ўтиб борилади. Китобларнинг мундарижалари шу тарзда тузилган. Китоб мундарижасида керакли бобни, ундан керакли параграфни ва ундан керакли саҳифани топишимиз мумкин. Шунга ўхшаш, электроника билан савдо қилувчи интернет дўкон веб-сайти бош саҳифасида принтерларни, ундан лазерли принтерларни, ундан HP компаниясининг принтерларини, ундан эса HP-1200 принтерини танлашимиз мумкин.

Учинчи усул тасодифий деб аталади. Бу турдаги тузилмага эга сайтларда саҳифаларнинг бир бири билан боғланишларида қонуният топиш қийин. Тўрда сайтлар бир бири билан айнан шу кўринишда боғланади.

## **III Боб. ВЕБ-САЙТ ЗАМОНАВИЙ ОАВ СИФАТИДА**

### **3.1 Веб-сайтлар реклама бериш омили сифатида**

Аудиторияни қизиқтирувчи мавзунини топиш, унинг ёши, қизиқишларини эътиборга олган ҳолда маълумотни тақдим этиш орқали журналист ўз олдига қўйган мақсадига эришади. Бу борада реклама ҳақиқий кўмакчидир. Дастлаб матбуот саҳифаларини эгаллаган рекламалар шов шувга сабаб бўлган эди.

Вақт ўтиб реклама кўплаб соҳаларни ўзида қамраб олди. Реклама тушунчасининг ҳаётимизга кириб келганига кўп бўлди. Шу вақт мобайнида у кўплаб босқичларни босиб ўтди. Реклама атамаси лотинча «reklamare»- «қаттиқ қичқирмоқ ёки хабар қилмоқ» сўзидан келиб чиққан (қадимги Юнонистон ва Римда эълонлар қаттиқ қичқириб эълон қилинар ёки халқ тўпланадиган майдонлар ва бошқа жойларда ўқиб бериларди). Бизга маълумки дунёда пайдо бўлган илк нашрлар ҳам реклама асосида инсонларга етказилган. Шов шувли хабарлар, ўша даврнинг муҳим воқеалар баёнини газетада ўқишга ундаган уни тарқатувчи, реклама қилувчи шахслар бўлишган. Вақт ўтган сайин рекламанинг аҳамияти кенгайиб, у катта бир соҳа даражасига кўтарилди. Айти пайтда йирик реклама агентликлари, йирик ташкилотларда реклама бўлимлари фаолият юритмоқда. Бу замон талаби. Дастлабки босқичда реклама ўз олдига саноқли вазифларни қўйган бўлса, эндиликда унинг қиймати ошиб бормоқда. Рекламага мутахассислар томонидан кўплаб изоҳлар берилган. Машҳур маркетинглог Филип Котлер, рекламага қўйидагича таъриф беради: «Реклама коммуникациянинг шахсан бўлмаган шаклларида бўлиб, у маблағ билан таъминлаш манбаи аниқ кўрсатилган ҳолда, ҳақ тўланадиган ахборот тарқатиш воситалари орқали амалга оширилади. Рекламанинг турлари кўп аслида. Унинг сотиш рекламаси, сиёсий реклама, диний реклама ва бошқа турларини ажратиш кўрсатиш мумкин.

XIX асрга келиб Европада реклама иши ривожланиб кетди. Реклама агентликлари ва компаниялар катта пул топа бошладилар. рақобат кучая бошлади. Алберт Ласкер реклама ишида янги даврни бошлаб берди. Ласкер 1880 йили Техасда туғилган. “Лорд ва Томас” реклама фирмасида 24 ёшдан ишлай бошлади. У реклама матнига эътибор берди. Суз усталарини жалб этиб шундай реклама матнини туздикки, XX аср бошларида “Лорд ва Томас” Европадаги энг йирик реклама фирмасига айланди.

1923 йили “Лорд ва Томас” реклама агентлиги ходимлари биринчи мартаба реклама иши бўйича услубий қўлланма ёзганлар. Бундай реклама агентлиги ишларининг ривожланиши реклама бизнесининг ва реклама ишининг янада тараққий этишига олиб келди.

Бундан бир асрдан ортиқроқ муқаддам Атлантада, тўғрироғи, Жоржия штатида фармацевт Жон Пембертон ўз иқтисодий аҳволи унчалик яхши бўлмагани сабабли ўзини бошқа жиҳатдан синаб кўради. Унинг иши юришиб кетади. У дунёда ўша вақтда ягона бўлган маҳсулот яратади. Яъни шу маҳсулот дунё реклама ва маркетингини янги поғонага кўтаради. У 1886 йили маълум бир ўсимлик ва ёнғоқнинг хидини берувчи, жигарранг, хуштаъм сироп яратди. Ўша йили 1 майда Пембертоннинг элексири ҳар стакани беш центдан яқоб тарзида сотилади. Муваффақият кетма-кет кела бошлади. 29 майда Атлантанинг “Джорнл” газетасида мазкур ичимлик катта саҳифада реклама қилинди. Шаҳар аҳолиси ёпирилиб кела бошлади. Бу ҳозирги машҳур “Coca-cola” эди. Муҳими шундаки, ўшанда ҳам, ҳозир ҳам шу ичимлик рекламаси матнида қўйидаги сўзлар учрайди.

- Сифатли ичимлик;
- Алкоголсиз, хуштаъм ва машҳур ичимликлар мамлакати;
- Чанқоқ вақтни билмайди;
- Америка ҳаёт тарзининг умумий рамзи;
- Ёз мобайнидаги мўъжиза.

1949 йили Канадада бўлиб ўтган халқаро конгрессда “реклама ишининг кодекси” қабул қилинди. Бу кодексни 14 та давлат тасдиқлаган. Бу қонунга биноан халқаро рекламалар нормативи, реклама этика ва эстетикаси тўғрисида гапирилади.

XX асрда Европадаги йирик корхона ва идоралар ўзлари ишлаб чиқараётган маҳсулотларни реклама фирмалари ва агентликлари орқали тарғибот қила бошлади. Реклама ишбилармонларнинг энг асосий ва биринчи иш қуроллари, ютуқларининг гаровигина бўлиб қолмай, ўша фирма,

ташкилотнинг юзини очиб берадиган кенг тарғибот воситаси ҳам бўлиб қолди.

Маълумки, бозор муносабатлари рақобат асосига қурилади. Яхшироқ бир, керакли маҳсулот ишлаб чиқариш, кўпроқ сотиш, фойда олиш унинг асосий мезонидир. Реклама эса бунга яқиндан ёрдам беради. Бинобарин, реклама кўзга тез ташланади. У даромад тўғрисидаги ижтимоий фикрни ўстиради. Натижада тадбиркорлар имкон қадар янгиликка интилади. Реклама ишлаб чиқарувчини яхши, сифатли маҳсулотлар ишлаб чиқаришга чақиради, уларни ёмон маҳсулотлардан, ёмон иллатлардан асрайди.

Ишонтириш кучига эга бўлмаган, ўқувчиларнинг талабларини тўлиқ қондирмаган реклама самарасиз ҳисобланади. Модомики, реклама мутахассисининг одамларга руҳий, ҳиссий ва интеллектуал таъсир кўрсатиш услублари ва усулларини билиши реклама фаолиятида катта рол ўйнайди. Реклама турлари кўп бўлиб, улар товарни ўтказиш, истеъмолчилар эътиборини жалб қилиш каби вазифаларни бажаради. Қуйида рекламанинг айрим турларига тўхталиб ўтамиз.

А) Ижтимоий реклама нотижорат хусусиятга эга бўлиб, ижтимоий аҳамиятга эга принципларнинг қарор топиши ва жамият ҳаётидаги маълум мақсадларга (табиатни асраш, камбағалликка қарши кураш, истеъмолчиларнинг ҳуқуқларини ҳимоя қилиш, ҳайвонларни муҳофаза қилиш ва ҳ.к.) эришишга хизмат қилади. Бевосита жамоатчилик ташкилотларининг рекламасини ҳам шу турга киритиш мумкин. Масалан, Қизил Хоч, «Гринпис» ташкилотларининг рекламаси ёки нотижорат спорт ташкилотларининг мурожаатлари кабилар шулар жумласидандир.

Б) Сиёсий реклама маълум сиёсий ғоялар, партиялар, арбоблар ва шу кабиларни тарғиб қилиш воситаси сифатида қўлланилади. Охир-оқибатда у сиёсий ҳокимият учун кураш мақсадларига эришишга кўмаклашади. Сиёсий рекламанинг фаоллиги сайловолди компаниялари даврида яққол намоён бўлади.

Аудитория типидан келиб чиқиб рекламанинг қуйидаги турларини ажратиб кўрсатишади:

\* бизнес соҳасига мўлжалланган реклама (реклама қилинаётган товарлардан бутловчи маҳсулотлар сифатида фойдаланаётган ишлаб чиқариш истеъмолчилари учун; сотиш воситачилари ва воситачиларнинг бошқа турлари учун ва ҳ.к. );

\* яқка тартибдаги истеъмолчи учун реклама.

Маълум аудитория сегментида тўпланганлик мезони қуйидагиларни фарқлашга имкон беради:

\* харидорларнинг маълум гуруҳига аниқ йўналтирилган селектив (танланган) реклама;

\* аниқ бир тоифага йўналтирилмаган оммавий реклама.

Реклама фаолияти қамраб оладиган ҳудуд ҳажмларига қараб қуйидагилар ажратилади:

\* маҳаллий реклама (кўлами – муайян сотиш жойидан то алоҳида пункт ҳудудигача);

\* минтақавий реклама (мамлакатнинг маълум бир қисмини қамраб олади);

\* умуммиллий реклама (бутун давлат миқёсида);

\* халқаро реклама (бир нечта давлат ҳудудида олиб борилади);

\* глобал реклама (баъзан бутун дунёни қамраб олади).

\* Реклама коммуникатсияси предмети яъни реклама қилинаётган нарса унинг ўзига хос хусусиятлари қуйидаги таснифни белгилаб беради:

–товар рекламаси (муайян товар ёки товар гуруҳига талабни шакллантириш ва рағбатлантириш);

– гоё рекламаси;

– шахс рекламаси;

– ҳудуд (шаҳар, минтақа ёки умуман мамлакат) рекламаси ва ҳ.к.



Айни пайтда реклама берувчи воситалар сони тобора кўпаймоқда. Шунингдек, реклама таъсирчанлигини ошириш, аудиторияга психологик таъсир ўтказиш учун қилинаётган техник саъй ҳаракатлар ўз самарасини бермоқда. Шу ўринда таъкидлаб ўтиш жоизки, бутун мамлакатни қамраб олувчи улкан бозорда товарни сотиш, умуммиллий реклама берувчи учун реклама воситаларини танлаш муаммоси янада мураккаблашади. Чунки реклама қилувчилар, соғлом рақобатга киришган объектлар ҳам талайгина.

Шу ўринда савол туғилади. Реклама воситаларининг қайси турларидан фойдаланиши мумкин? Агар бирор бир журнал бўлса, қайси тоифадагисидан – оммавийлариданми ёки бошқа турлариданми? Агар аёллар журнали танланса, айнан қайси бири? Газета бўлса, қайси шаҳарларда чиқадиганлари? Телевидениега мурожаат қилинмоқчи бўлса, умуммиллий тармоқми ёки алоҳида бозорлари бўлган маҳаллий телемарказларми? Айнан қайси тармоқ ёки марказни танлаш керак?

Муаммо шундаки, танлаш муаммосини ҳал қилиб берадиган бирор бир қоида ёки формула мавжуд эмас. Бу дегани қарорни муайян талаб ва шароитлардан келиб чиқиб қабул қилиш керак бўлади.

Реклама воситаларидан фойдаланиш режасини тузишда қуйидаги тўрт масаланинг ечимини топиш мақсадга мувофиқ бўлади: 1) кимларни қамраб олишимиз керак? 2) улар қаерда? 3) мурожаат нимадан иборат бўлади? 4) эълонни қачон жойлаштириш керак. «Кимни?» деган савол хос харидорларни аниқ тасвирлаб беришни талаб қилади. Аввал қайд этилганидек, ҳеч бир товар, ҳеч бир хизматдан ҳамма бир хилда фойдаланмайди. Кейин у хос бозор хусусиятларига тўла жавоб бера оладиган реклама воситаларини танлайди.

Мазкур ташувчилар эҳтимолий харидорларнинг энг ката қисмини қамраб олишга қодир бўлади. Одатда айнан шу воситаларнинг ўзи энг кам қамровли эканлиги билан таърифланади, яъни эҳтимолий харидор бўлмаган кишилар орасида деярли тарқалмайди. Тўғри ёндашув шундан иборатки, рекламани

эхтимолдаги, яъни харидор бўлиши мумкин бўлганларнинг кўпчилиги тўпланадиган жойларда бериш керак. «Қачон реклама қилиш керак?» деган саволга жавоб топишда йил фасллари, ойлар, ҳафталар, кунлар, соатлар, дақиқалар ва сониялар ҳақида гап кетиши мумкин. Босма нашрларнинг даврий чиқиши (кундалик газеталар, ҳафталик ва ойлик журналлар), телевидение ва радионинг реклама учун ажратадиган вақтнинг чекланганлиги реклама берувчига ўз мурожаатини кўрсатиш, эшиттириш ёки ўқиттириш вақтини аниқ белгилашга имкон беради. Шунинг учун рекламани ҳам вақт, ҳам харидорларни кундалик одатларига мос равишда жойлаштириш керак. Юқоридаги тавсияларга амал қилиш, энг мухими уни керакли оммавий ахборот воситаси орқали эълон қилиш галдаги муҳим масала ҳисобланади.

Шунингдек, реклама компаниясида риволантириш ва амалга ошириш масалаларига катта аҳамият берилади. Масалан, ривожланган мамлакатларда реклама иктисоднинг истисослашган соҳасига айланган ва унга ҳар йили катта маблағ сарфланади. Масалан, АКШ да 75-78 млрд. доллар, Японияда 28-28.5 млрд доллар, Ғарбий Европада ўртача 10 млрд. доллар ҳар йили реклама фаолиятига сарфланади. Умуман реклама тадбирлари ривожлантириш ва амалга оширишга ҳар йили АКШ да янги миллий маҳсулотларнинг 2- 2.25 %, Францияда - 1% ни сарфланади, бу товар тан нархининг 10% ни ташкил килади. Товарлар ва хизматларнинг алоҳида турлари учун реклама харажатлари 40% гача бўлиши мумкин. Албатта, рекламанинг турлари ҳамда таснифлари кўп бўлиб унинг асосий мақсади аудиторияни қамраб олишга мўлжалланган. Хорижий ва мамлакатимиз тажрибасига мувофиқ рекламани куйидагича таснифлаш мумкин:

1) Объектлар буйича реклама:

- нуфузли (фирманинг) реклама. Бу рекламанинг асосий мақсади фирмани унинг рақибларидан фарқ қилишнинг рекламасидир;

-товар рекламаси, яъни товарга талабни шакллантириш ва рағбатлантириш;

- товар рекламасига аниқ маркали товарни узоқ вақт ажралиб туриши учун кўлланиладиган марка рекламасини ҳам киритиш мумкин;

-сарлавҳали реклама бу хизматлар ва ҳодисалар ҳақидаги ахборотларни тарқатиш;

- сотиб битириш рекламаси бу арзонлаштирилган нархлар буйича сотиб битириш ҳақида эълон;

- тушунтириш - ташвиқот реламаси ва бу аниқ мақсадни ҳимоя қилиш

2) Етказиб бериш шакллари буйича:

- бевосита реклама, у тижорат шароитларида амалга оширилади ва аниқ товар ва аниқ фирмага нисбатан реклама хизматини тўғридан тўғри каналлардан фойдаланмасдан ва реклама берувчини кўрсатмасдан вазифани ниқобланган кўринишда бажаради.

Масалан, телевидение орқали аниқ автомобилнинг сифати, афзалликлари ҳақида реклама ролигини кўрсатиш.

4) Танланган стратегия буйича:

- бир турдаги реклама турли мамлакатларда фақат битта реклама воситасини кўзда тутаяди, бу реклама тадбирларини ўтказиш сарф ва харажатларни тежашга олиб келади;

- бир турда бўлмаган реклама ягона реклама концепциясини бажаришда турли хил реклама воситаларидан фойдаланишни кўзда тутаяди.

5) Тарқатиш воситалари буйича:

- шахсий реклама иши, яъни вакилни аудитория ва шахслар билан шахсий мулоқоти;

- матбуотдаги реклама- реклама эълонларини журналлар, умумий йуналишдаги журналлар, рўзномалар, махсус соҳавий журналлар, фирма бюлентенларида, ахборотномаларга жойлаштириш;

-нашрий реклама каталоглари, бюллетенлар, открыткалар, календарлар;

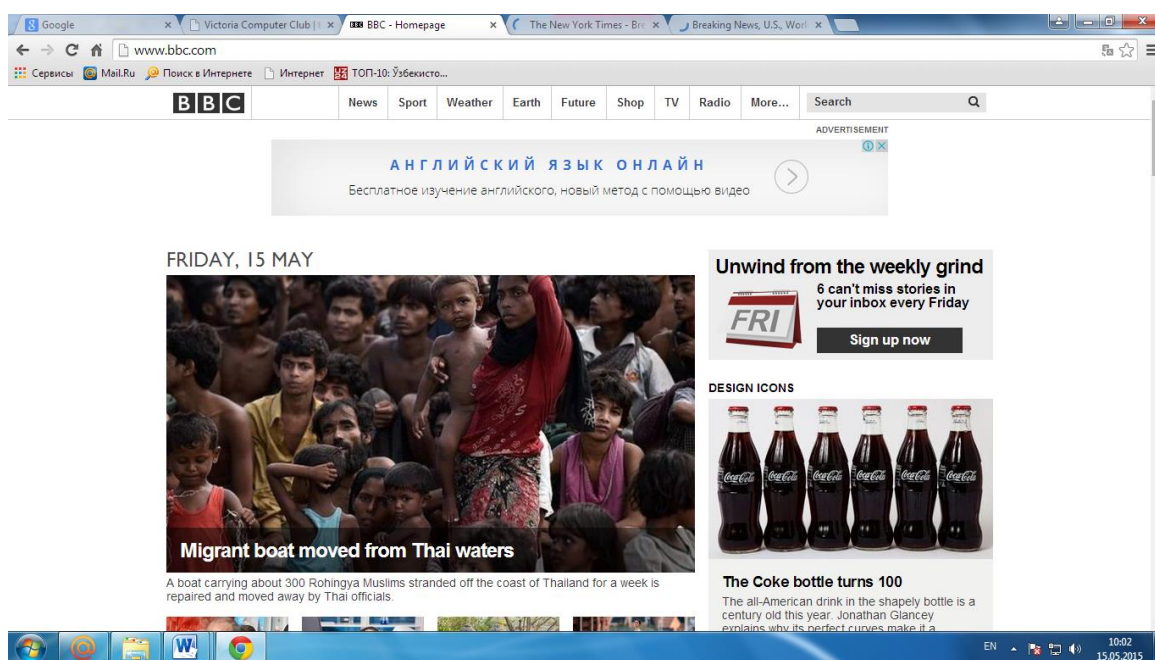
- direct mail - реклама материалларини почта, телеграф, телекс оркали тарқатиш;

- роликли реклама- кино, телевидение;

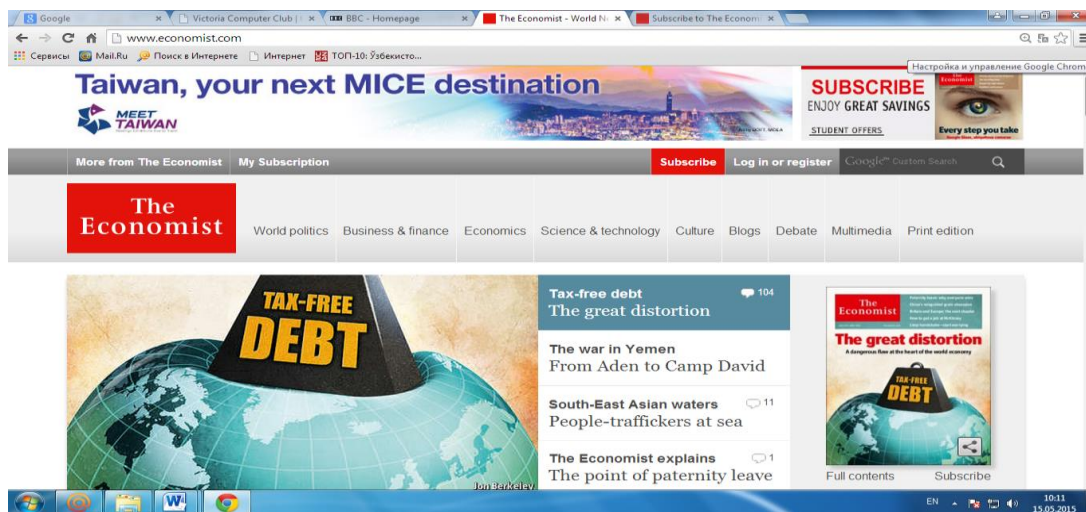
- TV- маркетинг уй телевидениеси бўйича реклама;

- радио бўйича реклама беришни кўзда тутувчи радиореклама;

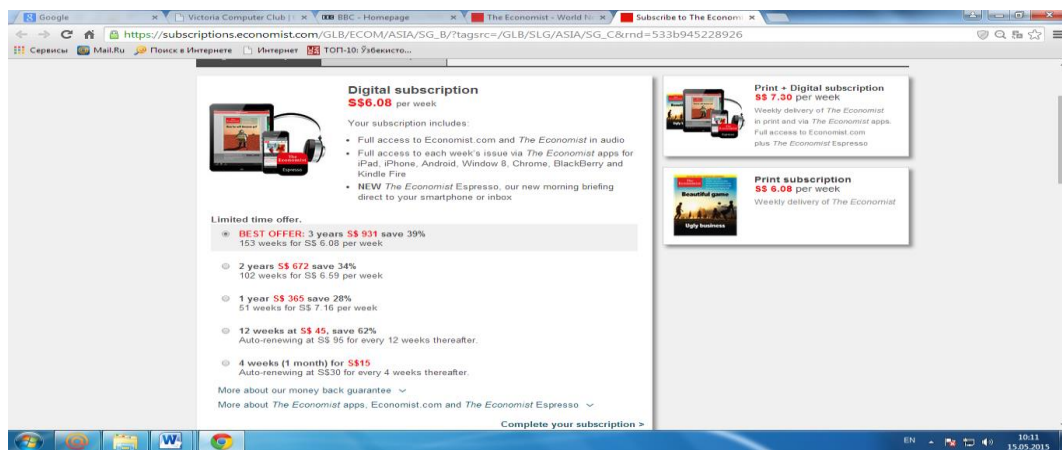
Оммавий ахборот воситаларида реклама бериш борасида энг оммабопи шубҳасиз интернетдир. Ундаги тезкорлик, турли интерактив методлар, замонавий дизайндан фойдаланиш шу билан бирга бир вақтнинг ўзида аудитория фикри билан танишиш мақсади мавжуд. Бу эса тезкор, сифатли рекламанинг асосий ютуқларидан биридир. Интернет саҳифаларини кузатар эканмиз, ундаги ҳаракатланиб турувчи реклама роликларига кўзимиз тушади. Улар сонининг тобора ортиб бораётгани соҳа ривожига таъсир этади. Кўплаб электрон нашрлар веб-сайтларининг асосий саҳифаси, юқори қисми ёки ўнг томонида реклама роликлари жойлаштирилганлигини гувоҳи бўламиз. [www.bbc.com](http://www.bbc.com) сайтига ишга тушириб сайт юқори қисмига жойлаштирилган рекламага кўзингиз тушади. Унга инглиз тилини онлайн тарзида ўрганиш борасида реклама жойлаштирилган.



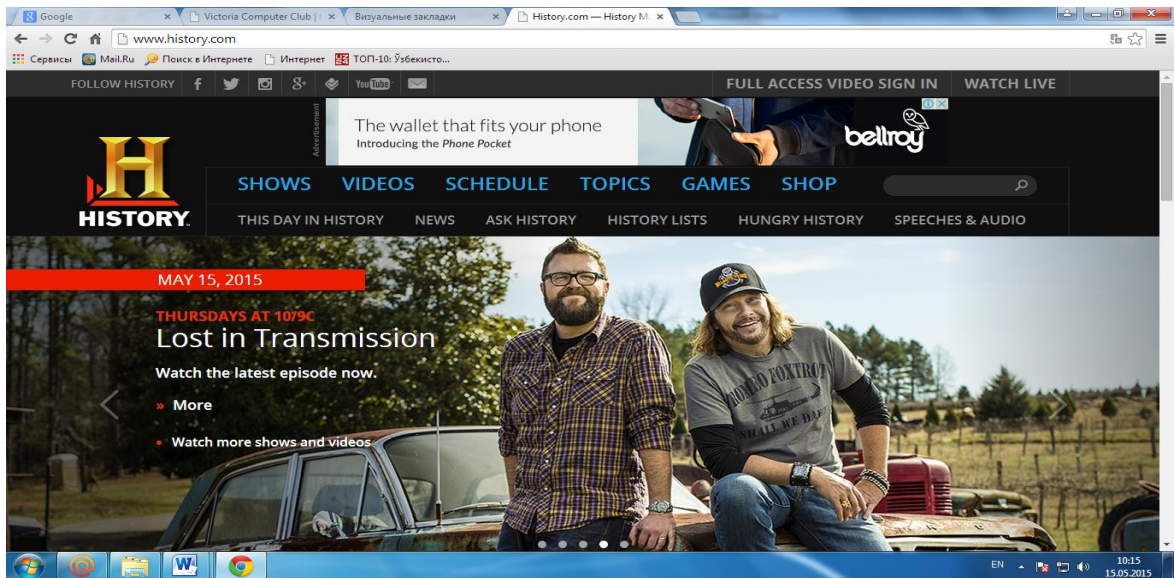
[www.economist.com](http://www.economist.com) сайтида эса нашрнинг обунаси билан боғлиқ рекламага кўзингиз тушади. Эътиборни тортувчи фон ҳамда шрифтлар реклама таъсирчанлигини оширишга хизмат қилади.



Реклама лавҳаси уст қисмига икки марта боссангиз обуна билан боғлиқ барча маълумотлар янги ойнада сизга тақдим этилади.



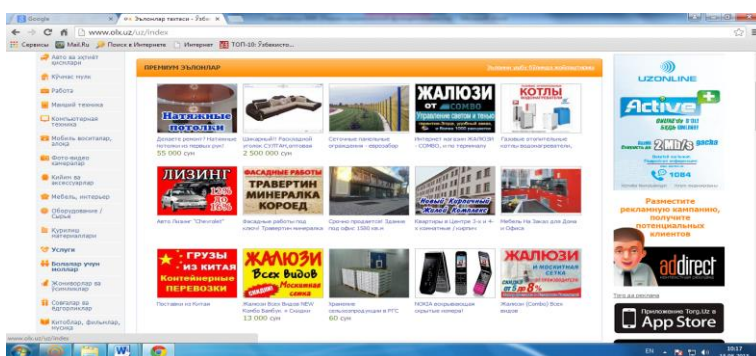
Ўзининг минглаб мухлисларига эга «History» канали веб-сайтнинг тепа қисмида замонавий телефон аппаратларининг ғилофларининг рекламаси билан танишиш мумкин.



Реклама лавҳасига икки марта босиб замонавий ғилофларнинг шакллари, турли хил моделлари ва улар ҳақидаги маълумотлар билан тақдим этилади.



Юртимизда реклама ҳамда эълонларга бағишланган [www.torg.com](http://www.torg.com) сайтида кўплаб рекламаларни учратиш мумкин. Кўплаб соҳалар, йўналишларга оид товар ва хизматлар борасидаги рекламалар шарҳ асосида суратлари билан этилган.



Веб-сайтлар орқали тақдим этиладиган рекламалар замонавий талабларга тўлиқ жавоб бериши ҳамда бу борада ўқувчиларнинг ёши, қатлами эътиборга олиниши лозим. Реклама матнида имловий хатоларнинг йўқлиги, унга нисбатан танланган мавзуга ҳамоханг тарзда тушган фон ҳамда расмлар, эътиборли сарлавҳа унинг муваффақиятли чиқишига асос бўла олади. Рекламани тақдим этишда интернет етакчи воситаларидан бири экан, рекламани тақдим этишда интернетнинг бор имкониятларидан тўлиқ фойдаланиш керак. Замонавий талабларга жавоб берувчи, веб-сайт оммалашини оширишга қаратилган рекламалар сафини кўпайтириш реклама тақдим этувчилар олдида турган долзарб масалардан биридир.

### **3.2 Веб-сайтлар дизайн ива ундаги этика масалалари**

ОАВ кенг оммани ахборот билан таъминлабгина қолмай жамиятда янги типдаги ахборот алмашинувини назорат қилувчи етакчи восита ҳисобланади. Бу эса ўз ўрнида жамиятнинг ички тузилишини, қиёфасига ўз таъсирини кўрсатади. Вақт ўтган сайин жамият ҳаётида ОАВ ўрни тобора кенгайиб бормоқда. Шунингдек, у қонун ҳужжатларида ўз аксини топган. 2007 йилга қадар амалда бўлган Ўзбекистон Республикаси “Оммавий ахборот воситалари тўғрисида”ги Қонунида “Газеталар, журналлар, ахборотномалар, бюллетенлар, ахборот агентликлари, телевидение (кабелли, эфир-кабелли телевидение) ва радиоэшиттиришлар, ҳужжатли кино, электрон ахборот тизими, шунингдек, доимий номга эга бўлган, давлат тасарруфидаги, мустақил ва бошқа оммавий даврий нашрлар” оммавий ахборот воситалари ҳисобланган бўлса,<sup>20</sup> 2007 йилнинг 16 январидан кучга кирган янги таҳрирдаги “Оммавий ахборот воситалари тўғрисида”ги Қонунда мазкур таърифга “умумфойдаланишдаги телекоммуникация тармоқларидаги веб-

---

<sup>20</sup> Тўртинчи ҳокимият. Четвертая власть. (Ўзбекистон Республикасининг қонунлари, қарорлари ва бошқа ҳужжатлари тўплами) – Т.: Мехнат, 2003. Б.7.

сайтлар” ҳам қўшилди.<sup>21</sup> 2008 йил март ойи маълумотига кўра Ўзбекистон Матбуот ва ахборот агентлиги томонидан оммавий ахборот воситалари сифатида рўйхатга олинган веб-сайтлар рўйхати 40 тадан ошган. 2010 йилнинг сентябрь ойига кўра эса бу рақам 124 тани ташкил этди. Ҳозирда эса уларнинг сони тобора ортиб бормоқда.

Чегара билмас, кўплаб фойдаланувчиларни ўзида қамраб олган интернетда маънавий масалалар, этик меъёрларнинг акс этиши шу кунгача кўпчилик олдида турган муаммолардан бири бўлиб келмоқда. Афсуски, ундаги этик меъёрларнинг маълум бир қоидалар билан таъминланмаганлиги ўз-ўзидан кўплаб муаммоларни келтириб чиқармоқда. 2005 йилнинг 9 май куни Хотира ва кадрлаш куни муносабати билан Тошкентдаги Мотамсаро она ҳайкали пойида бўлиб ўтган йиғинда Президент И.Каримов “мамлакат интернет тармоқларида энг муҳим масала бўлган миллий руҳ ва маънавиятимизга етарли эътибор берилмаётгани ҳамда айнан бугунги ўзбек ёшлари учун керакли бўлган материаллар кам эканлигига эътиборни қаратди“.<sup>22</sup>

Интернетдаги этик меъёрлар ҳақида гапиришдан олдиқ этика тушунчасига эътиборимизни қаратсак.

Этика - юнонча сўздан олинган бўлиб, ахлоқ, хулқ, одоб маъноларини ифодалайди. Этика фалсафий фан ҳисобланиб ижтимоий онг шакллларидан бири сифатида ахлоқнинг келиб чиқиши, ахлоқий тарбиянинг тараққиёт босқичлари, ахлоқнинг илмий- назарий асослари, ахлоқнинг мезоний тушунчалари, ахлоқий тарбия шаклларини ўргатади. Этика барча ижтимоий фанлар билан ўзаро яқин алоқада ривожланиб, назарий ва амалий жиҳатдан тараққий этиб бормоқда. Умумий этика ва касбий этиканинг бир биридан фарқли жиҳатлари мавжуддир.

Дастлаб Швецияда 1900 йили журналистларнинг касб этикаси кодекси қабул қилинди. 1918 йили Францияда Журналистлар миллий синдикати

---

<sup>21</sup> Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси палаталарининг Ахборотномаси. – Т.: 2007. Б. 26.

<sup>22</sup> Қаранг: Ғофуров Б., Хидиров Қ. – Интернет ва миллат манфаати // Халқ сўзи, –Т.: 2005. 13 май.



томонидан “Ахлоқ-одоб хартияси” қабул қилинган. 1921 йилга келиб эса америкалик Жеймс Броун “Ахлоқ кодекси ва амалий журналистика меъёрлари”ни тузган. 1923 йили АҚШ газета бош муҳаррирлар жамияти “Журнализм қонунлари” кодексини қабул қилган. Шу билан бирга Халқаро журналистлар федерацияси ўзининг 1954 йили (25–28 апрель) бўлиб ўтган Иккинчи Умумжаҳон Конгрессида “Журналист этикаси принциплари декларацияси”ни қабул қилди.

Дунёда турлича касблар бор. Ҳар бир касб эгасида этик меъёрнинг шаклланиши бу албатта виждон билан боғлиқ тушунча. Айнан шу йўл орқали бошқаларни ҳақиқатга йўналтириш орқали касбий ривожланишга юз тутиш мумкин. Ҳар бир фуқаро касб этикасига риоя этиши ва уни ўз ўрнида қўллай олиши лозим. Этик меъёрларнинг ҳаддан ташқари кўп бузилиши, ахлоқий жиҳатларнинг ноўрин ёритилиши, оммавий маданият каби тушунчалар, европаланиш каби жараёнларнинг авж олиши касб этикаси учун ҳам қатъий талабларни ўз олдига қўйди. Модомики, этикага доир қабул қилинган қонун ҳамда меъёрий ҳужжатларнинг барчаси соҳа ривожини, инсонийлик принципларини унутмаслик, ҳар жиҳатдан баркамоллик сари элтувчи йўл бўлиб хизмат қилади. Масалан, Австралияда интернетдан фойдаланувчилар ўзларининг назарида одобга тўғри келмайдиган ёки савияси паст туюлган веб-сайтлар юзасидан “Австралиянинг электрон сарҳадлари” деб номланган тегишли муассасага хабар бериш ҳуқуқига эга, тегишли муассаса мутахассислари эса ўз навбатида шикоят тушган веб-сайтларни таҳлил қиладилар ва бутун мамлакат миқёсида фаолият юритувчи барча провайдерларни ўз хулосаларидан огоҳ этадилар. Худди шу нуқтаи назардан 1995 йили АҚШда Оммавий коммуникация воситаларида одоб меъёрларини ҳимоя қилиш ҳақида қабул қилинган қонун, айниқса диққатга сазовордир. (Бироқ АҚШ Олий Суди бу қонунни мамлакат конституциясига хилоф деб топди.) Хуллас, қонун бор-йўғи икки йил амалий кучга эга бўлиб турди, холос. Бироқ мазкур қонуннинг нечоғли зарурлиги, қанчалик жиддий

аҳамиятга эгалити давлатдан дотация олувчи мактаб ва кутубхоналарда интернет тармоғини филтрлаш тизимидан фойдаланишни кўзда тутувчи конун лойиҳаси қабул қилинганда тўла намоён бўлди.

Мамлакатимиз мустақилликка эришиши шарофати билан янги жамият барпо этиш жараёнида этика, ахлоқий тарбия муҳим аҳамият касб этмоқда.

Шу ўринда Республикамиз Президенти Ислам Каримовнинг қуйидаги қимматли фикрларини келтириш жоиз: “Аслини олганда, ахлоқ-маънавиятнинг ўзаги”, “Инсон ахлоқи шунчаки салом-алик, ҳушмуомалаликдангина иборат эмас. Ахлоқ- бу, аввало, инсоф ва адолат туйғуси, иймон ҳалоллик дегани”. Бу фикрлар, бир томондан, эски тузумдан қолган ахлоқсизлик кўринишларига, лоқайд қаровчиларга ва ахлоқшуносликни енгил-елпи, иккинчи даражали фан сифатида тушунувчиларга адолатли зарба бўлса, иккинчи томондан, ахлоқнинг янги жамиятимиздаги улкан мавқеини ҳамда ахлоқшуносликнинг жиддий назарий тадқиқотларга суяниши кераклигини таъкидлайди. Зеро ҳозирги шароитда тоталитар тузум таъқиқи ёхуд таъқибига учраган миллий ва умуминсоний ахлоқий кадриятлар ҳамда қадимий урф-одатларимиз, анъаналаримиз янги замон маънавий кадриятларини яратишда асос бўлиб ҳизмат қилиши мумкин.

Шу ўринда савол туғилади. Замонавий технологиялар авж олган, ахборот кўлами тобора кенгаяётган даврда веб-сайтларда этика масалаларига нечоғли аҳамият берилмоқда? Айрим веб-сайтларда учраётган асл моҳияти умуман бошқа ёлғон сарлавҳалар остида берилувчи мақолалар, минглаб фойдаланувчиларга эга форумларда инсон кадр қиммати, унинг шахсиятини ҳақоратловчи ёзишмалар, беҳаё суратлар остида берилувчи ҳайратомуз изоҳлар нимага хизмат қилмоқда. Айниқса, бу каби жараёнларнинг айнан ёшлар томонидан амалга оширилаётгани оғриқли жиҳатлардан биридир.

Веб-сайтларда этика масалалари деганда ҳам аввало биринчи бўлиб уларнинг мазмуни билан боғлиқ жиҳатларни тилга олиш мумкин бўлади. Эндиликда ахборот кўлами шу қадар кенгайиб кетганки, унга нисбатан

холисона ёндашиш эмас балки, ўқувчини алдаш, чалғитиш эвазига уларни ахборотни ўқишга ундаш ҳолатлари кўпаймоқда. Чалғитувчи сарлавҳалар, аниқликка эга бўлмаган лавҳалар ва ноўрин шарҳларнинг тобора кўпайиб бораётгани этика талабларига жавоб бермаслигини яхши биламиз.

Маълумки, бугунги кунга келиб Ўзнетда кўплаб веб-сайтлар фойдаланувчилар эҳтиёжини қондириб келмоқда. Унда кўплаб давлат идоралари, корхона, ташкилот ва муассасаларнинг, оммавий ахборот воситаларининг расмий веб-сайтларини, турли тармоқ хизматлари кўрсатувчи сайтларини, электрон тижоратга йўналтирилган сайтларини, спорт ва соғлиқни сақлаш бўйича сайтларни, кўплаб шахсий саҳифалар, блоглар ва бошқа турли йўналишлардаги веб-ресурсларни учратиш мумкин. Лекин, тан олиб айтиш лозимки, кўплаб сайтларда тақдим қилинаётган маълумотлар, яъни уларнинг контенти, талаб даражасида эмас. Айниқса, бу давлат идоралари, ташкилот ва муассасаларнинг, таълим муассасаларининг расмий веб-сайтларида яққол кўринади. Ўзнетдаги веб-сайтларнинг ривожланиш истиқболлари, бугунги ҳолати ва муаммоларига бағишланган деярли барча мақолаларда контент муаммосига алоҳида урғу берилганлиги ҳам бежиз эмас.

Ушбу фаслда эса айнан ўзбек тилидаги контентда йўл қўйилаётган бир қанча муаммолар ва уларни бартараф қилиш йўллари ҳақида фикр юритамиз. Кўп ҳолларда уларда тақдим қилинаётган маълумотлардаги ўта эътиборсизлик билан ёзилганлиги, имло ва грамматик хатоларнинг жуда ҳам кўп учраши фойдаланувчилар учун ноқулайлик туғдириши билан бирга тилга бўлган бундай муносабатни одатий ҳолга айланиб қолишига сабаб бўлмоқда. Ҳатто, бошқаларга ўрнатилган бўлиши керак бўлган кўпгина ташкилотларнинг ҳам расмий веб-сайтларида бу муаммоларни яққол кўриш мумкин. Хўш, айнан қандай муаммолар мавжуд? Уларни қандай бартараф қилиш мумкин? Қуйида бу масалаларга батафсил тўхталиб ўтаме.

Одатдаги имло хатолари каторига беихтиёр қилинадиган турли хатоларни киритишимиз мумкин. Бундай хатолар дарров кўзга ташланмаганлиги учун одатда эътиборсиз қолади. Албатта, имло хатоларини тўлиқ бартараф қилиш мушкул масала. У матнни киритишда синчковлик, диққат ва имлони мукамал билишни талаб қилади. Ҳамма ҳам ўз веб-сайтида имло хатоларидан тўлиқ қутулиш учун мусахҳиҳ ёллай олмайди. Одатда, сайт учун матн тайёрловчи киши ҳам офлайн ОАВ корректори даражасида имло қоидаларидан хабардор бўлмайди. Бу ҳолатда имлони текшириш дастурлари ёрдамчи бўлиши мумкин. Одатда турли матнлар тайёрлаш давомида „Майкрософт Ворд“ дастури ва ундаги рус ва инглиз тилида имлони текшириш имкониятидан кўпчилик самарали фойдаланади. Афсуски, ўзбек тили имлосини текшириш имконияти „Майкрософт Ворд“ дастурида талаб даражасидан ишламайди. Тўғрироғи, дастурни ўрнатиш билан бирдан ишламайди. Ўзбекча матнларда имлони текшириш имкониятини яратиш учун “СПЕЛЛС” компанияси томонидан чиқарилган „УзСпелл“ дастуридан фойдаланиш мумкин, лекин у фақат кирилл алифбосидаги матнларни текшириш имконига эга холос. Лотин алифбосидаги матнларни текшириш учун эса “Майкрософт Оффис 2007” дастурлар пакетининг ўзбекча интерфейс таржималарини (ЛИП – Лангуаге Интерфае Пак) унинг расмий веб-сайтидан кўчириб олиш мумкин. Сайтда уни ўрнатиш бўйича батафсил маълумотлар ҳам берилган. Оффис 2007 дастурлар пакетига ўзбекча ЛИП кенгайтмасини ўрнатганингиздан сўнг унинг интерфейси ўзбек тилида кўриниш билан бирга, лотин алифбосида ёзилган ўзбекча матнларни имло хатоларига текшириш имконияти ҳам пайдо бўлади (1-расм).



Кирилл алифбосига хос бўлган муаммолар асосан Ўў, Ққ, Ғғ ва Хх ҳарфлари билан боғлиқ. Бу ҳарфларни киритиш учун клавиатура тугмалари тартиби пайдо бўлганига қарийб 10 йил бўлган бўлсада, афсуски, шу кунгача бу ҳарфларни клавиатурадан киритишни билмайдиганлар топилади (2-расм).



2-расм. Ў ў, Қ қ, Ғ ғ ва Х х ҳарфларидан фойдаланилмаган сайт.

Лотин алифбосига хос бўлган муаммолар асосан Ўў ва Ғғ ҳарфлари, ҳамда Ъ тутуқ белгисини нотўғри ифодалаш билан боғлиқ. Кўп ҳолларда Ўў ва Ғғ ҳарфлари устидаги юқорига қараган вергул кўринишидаги символ ва пастга қараган вергул кўринишидаги тутуқ белгиси нотўғри кўйилади (4-расм).

Noto'g'ri	To'g'ri
O`o` G`g`	O`o` G`g`
O'o' G'g'	She`r
O`o` G`g`	O`o` G`g`
O`o` G`g`	She`r
She`r	
She`r	

4-расм. Ў, Ғ ҳарфлари ва тутуқ белгисининг ёзилиши.

Ўў, Ғғ ҳарфлари ва тутуқ белгисининг нотўғри ёзилиши Ўзнетдаги деярли барча сайтларда учрайди. [www.uza.uz](http://www.uza.uz), [www.gov.uz](http://www.gov.uz), [www.onatili.uz](http://www.onatili.uz) каби асосий контент лотин ёзувида тақдим қилинадиган сайтларда сайт

контентига анча эътибор билан ёндашилсада, барибир, саҳифаларда имло хатолари тез-тез учраб туради (5-расм). [www.uza.uz](http://www.uza.uz) каби сайтларда янгиликлар матнининг нотўғри ёзилиши кўплаб давлат ташкилотлари сайтларида ҳам ушбу хатонинг қайтарилишига олиб келади, чунки давлат ташкилотлари веб-сайтларидаги янгиликлар одатда Миллий ахборот агентлиги веб-сайтидан олинади.



5-расм. Ўзбекистон Миллий ахборот агентлиги веб-сайтида Ўў, Ғғ ҳарфлари ва тутук белгисининг ёзилиши.

Лотин алифбосига хос бўлган бошқа муаммолар асосан транслитерация билан боғлиқ. Кўп ҳолларда матн аввал кирилл ёзувида тайёрланиб, кейин транслитератор дастур ёрдамида лотин ёзувига ўтказилади. Афсуски, бугунги кунга қадар ўзбек кирилл ёзуvidан лотин ёзувига ва тескари йўналишда барча имло қоидаларига тўлиқ амал қилиб ўтирадиган бирорта ҳам дастур йўқ.

Веб-сайтлардаги лотин ёзуви билан боғлиқ имло хатоларининг сабаблари одатда қуйидагилардан бири ёки бир нечтаси бўлади:

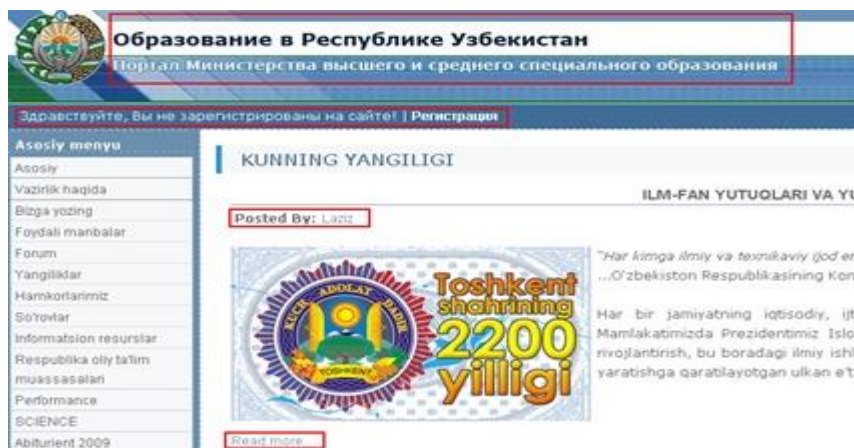
1) Матн муаллифи лотин алифбосини яхши билмайди ва бу ҳарфларнинг айнан тўғри ёзилишидан хабари йўқ;

2) Матн муаллифи транслитерация қилувчи дастур ёрдамида кириллдан лотинга ўтказилган матнни қайта таҳрирлаб чиқмайди;

3) Windows операцион тизими билан тақдим қилинадиган ўзбек лотин

алифбоси учун клавиатура тугмалари тартибида ушбу юқорига ва пастга караган вергул кўринишидаги символлар мавжуд бўлмаганлиги учун матн муаллифи уларни қандай киритишни билмасдан, клавиатурадаги инглизча тугмалар тартибидан фойдаланиб қўя қолади.

Сайтда турли тилларнинг ва алифболарнинг аралаш қўлланилиши нафақат фойдаланувчи учун ноқулайлик туғдиради, балки сайтга бўлган салбий муносабатни ҳам уйғотади. Одатда, ташлаб қўйилган, қўл учидан ёки эътиборсизлик билан яратилган сайтларда бу ҳолатни кўп учратиш мумкин. Бундай сайтлар қаторида Ўзбекистон Республикасида таълим портали – [www.edu.uz](http://www.edu.uz) (9-расм), Ўрта махсус, касб-ҳунар таълими маркази портали – [www.markaz.uz](http://www.markaz.uz) (10-расм) каби аслида саводли ёзилган матнлар билан бошқаларга ўрнатилган бўлиши керак бўлган веб-сайтларни учратиш жуда ачинарли ҳолат.



9-расм. Таълим порталида турли тилларнинг аралаш қўлланилиши.





10-расм. Ўрта махсус, касб-хунар таълими маркази порталида турли алифболарнинг аралаш қўлланилиши ва имло хатолар.

Бундай ҳолатларда веб-сайт учун маъсул кишилардан ўз ишларининг натижасига эътибор ва масъулият билан ёндашишлари талаб қилинади холос. Матнларни тўғри киритиш, турли техник томондан юзага келиши мумкин бўлган муаммолар ва уларнинг ечими ҳақида эса юқорида батафсил тўхталиб ўтдик.

Гувоҳи бўлиб турганингиздек, веб-сайтларда одатда учрайдиган саводсизлик кўринишларини бартараф қилишнинг техник томонлари унчалик қийин эмас. Лекин, асосий масала бу маслаҳатларга веб-сайтлар ижодкорларининг қанчалик амал қилишларидадир. Агар сайт ижодкорлари тақдим қилинаётган матннинг мақолада кўрсатиб ўтилган муаммолардан холи бўлишига алоҳида эътибор қаратмас эканлар, кўплаб янги ва қулай клавиатура тугмалари тартиби, ўзбекча ҳарфларни тўғри ифодаловчи шрифтлар, сон-саноксиз имло хатоларни текширувчи дастурлар бўлсада бу муаммолар ўз долзарблигини йўқотмайди. Шунини унутмаслик керакки, веб-сайт ўз ижодкорларининг Интернет тармоғидаги юзидир. Ундаги матннинг қанчалик эътибор билан тайёрланганлиги фойдаланувчиларга ҳам бўлган эътиборни кўрсатади.

Ҳозирги кунда лотин алифбосида ёзилган интернет саҳифаларида, кўчалардаги реклама баннерларида, ҳатто иш қоғозларида ҳам куйидагича хатолар жуда кўп учрамоқда: **Йил ва саналардан сўнг лотин алифбосида " - " (чизиқча) белгиси билан боғлиқ хатолар учрамоқда.** Кирилл алифбосида йил ва саналардан сўнг " - " (чизиқча) белгиси қўйилмайди. **2012 йил 16 июн** каби. Лотин алифбосида эса чизиқча қўйилиши шарт. **2012-йил.**

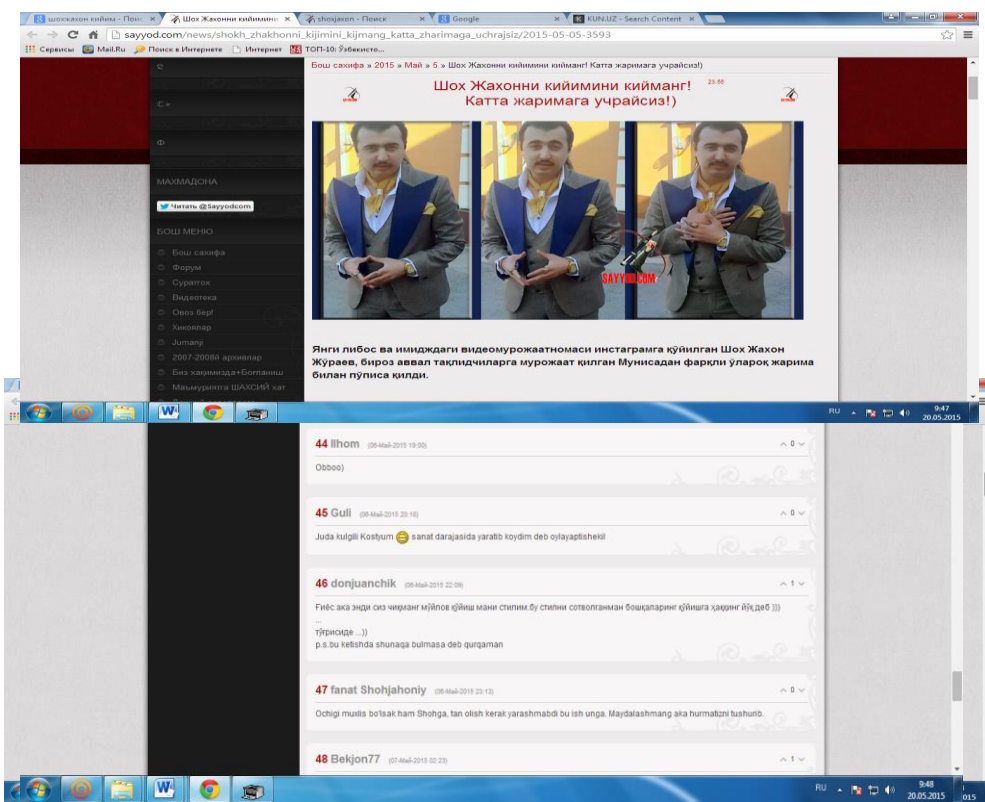
Ҳозирги замон қўшимчалар ўрнида ҳам баъзида келаси замон қўшимчалари қўйиб ишлатилмоқда. Масалан, **"қуваламоқда"** эмас, **"қувламоқда"** бўлади. Агар биринчи сўзни асос ва қўшимчаларга ажратиб чиқсак, **"қув-а-ла-моқ"** шаклида ажралади. Бу ерда **"қув"** - асос, **-а** келаси

замон кўшимчаси, **-моқда** ҳозирги замон кўшимчаси ҳисобланади. **"кетди"** сўзи ўтган замонни ифодаласа, **"кетади"** феълида эса **"-а"** кўшимчаси келаси замонда бўладиган ҳаракатни ифодалайди. Шунинг учун ҳозирги замонда бўладиган ҳаракатда **-а** кўшимчасини ишлатмаслик керак.

**Кирилл алифбосидаги "ц" ҳарфини латин алифбосида қўллаш билан боғлиқ хатолар учраб турибди.** Айниқса, кирилдан лотинга, лотиндан кирилга алифбони ўгирадиган дастурларда бу ҳол жуда кўп учрайди. Янги имло қоидаларига ко'ра **"ц"** ҳарфи латин алифбосида фақатгина сўз ўртасида унлидан кейин келсагина **"ts"** шаклида ёзилади. Масалан: **лицей (лицей), конституция (конституция).** Қолган барча ҳолатларда **"с"** шаклида ёзилади. Масалан, **сирк (цирк), циркул (циркул), абзас (абзац).**

**Чет тилидан кириб келган кўпгина сўзлар шаклий қоида асосида ёзилмоқда.** Масалан: кирилл алифбосида **"сентябр", "октябрь" "режиссёр", "бюджет"** каби сўзлар латин алифбосида **"сентябр", "октябрь", "режиссор", "бюджет"** каби ёзилади.

www.sayuod .com сайти хонанда Шохжаҳон Жўраев кийиниш услубини бошқалар ўғирлаётгани ва айрим санъаткорлардан бундай қилмасликларини илтимоснома тарзида баён қилган. Бунга нисбатан фойдаланувчилар аҳлоққа зид келувчи сўзлар билан уни ҳақорат қилиш даражасигача боришганини кўриш мумкин.



Хулоса ўрнида шуни айтиб ўтиш жоизки, интернет хизматларидан фойдаланар эканмиз, аввало биз фойдаланувчи мақомини оламиз. Шундай экан, ҳар бир фойдаланувчи маълум меъёрларга амал қилган ҳолда аввало ўз шахсий этикасига амал қилиши лозим. Веб-сайтларда этик меъёрларнинг бузилиши, ахлоқ нормаларига амал қилмаслик кўп ҳолларда фойдаланувчилар томонидан амалга ошаётганининг гувоҳи бўламиз.

Касб этикаси нуқтаи назаридан эса жамият шифокори ҳисобланган журналистлар тармоқ орқали ахборот тарқатар экан, ҳар бир эълон қилинаётган ҳаволага нисбатан эътиборли бўлиши, уни минглаб одамлар ўқишини ҳисобга олган ҳолда ҳар бир ишга масъулият билан ёндашиши лозим. Бу эса интернет журналистлари олдида турган долзарб масалалардан биридир.

### **3.3 Замонавий веб-сайтларнинг ёшлар дунёқарашини оширишдаги ўрни ва роли**

Қачонлардир илоҳий маъно касб етган сўз, унинг қудрати бугунги кунга келиб, дунё тақдирини ҳал қилишда энг асосий рол ўйнайдиган кучли восита мақомига кўтарилди. Фан-техника инқилобидан кейин коммуникацион технологиялар ҳамда ахборот инфратузилмаларининг катта тезликдаги тараққиёти, хусусан, телевидение ва интернетнинг пайдо бўлиши ҳамда унинг қисқа вақт ичида ижтимоий ҳаёт тарзига чуқур кириб бориши ахборотни энг қиммат товарга айлантирди.

Ахборот ижтимоий-иқтисодий, технологик ва маданий тараққиётнинг муҳим омилидир. Унинг жамият ҳаётидаги аҳамияти кундан–кунга ортиб, маълумотлар билан ишлаш усуллари ўзгариши ва янги ахборот технологияларни қўллаш соҳаларининг кенгайиши кузатилмоқда. Ахборот ҳажмининг борган сари кўпайиши XX асрнинг иккинчи ярмидан яққол намоён бўла борди. Ўтган асрнинг 70 йилларида ахборот ҳажми ҳар 5-7 йилда икки баробарга ортган бўлса, 80-йилларда бундай ўсиш ҳар 20 ойда,

90-йилларда эса ҳар йили кузатилган бўлса, бугунги кунда 2-3 ойга тўғри келмоқда <sup>23</sup>.

Шунинг учун ҳозирги даврда аҳолимиз, айниқса ёшларимизнинг ахборот узатишнинг замонавий техникаси ва технологиясини мукамал даражада ўзлаштириши муҳим аҳамият касб этади. Бунинг учун, мамлакатимизда интернетдан фойдаланиш тизимини янада ривожлантириш билан бирга, мазкур тармоққа миллий манфаатларимиз акс этган ахборотларни турли шакл ва тилларда киритиб бориш зарур. Зеро, жамиятимиз ҳаётининг турли соҳалари тўғрисида ахборот берувчи объектив, жозибадор маълумотларнинг интернет саҳифаларидан кенг ўрин эгаллаши, Ўзбекистоннинг глобал ахборот маконидаги ўрнининг мустаҳкамланишига хизмат қилади.

Шахснинг информацион хавфсизлигини таъминланиши амалиётида Юртбошимизнинг “Юксак маънавият – енгилмас куч” асари муҳим илмий ва амалий аҳамиятга эгадир. Зеро, мазкур асарда маънавиятнинг маъно-мазмунини, инсон ва жамият ҳаётидаги ўрни ва аҳамияти ҳар томонлама таҳлил этилган: “Маънавият – инсонни руҳан рокланиш, қалбан улғайишга чорлайдиган, одамнинг ички дунёси, иродасини бақувват, иймон-эътиқодини бутун қиладиган, виждонини уйғотадиган беқиёс куч, унинг барча қарашларининг мезонидир”<sup>24</sup>.

Китобда бугунги мураккаб глобаллашув даврида маънавий соҳадаги долзарб муаммолар, миллий маънавиятни асраш ва юксалтириш, айниқса, ёш авлод қалби ва онгини зарарли ғоялар таъсиридан ҳимоя қилиш масалаларига алоҳида эътибор қаратилган. Хусусан, ғояга қарши ғоя, фикрга қарши фикр, жаҳолатга қарши маърифат билан курашиш лозимлиги яна бир қарра таъкидланади: “Барчамизга аён бўлиши керакки, қаердаки бепарволик ва лоқайдлик ҳукм сурса, энг долзарб масалалар ўзибўларчиликка ташлаб қўйилса, ўша ерда маънавият энг ожиз ва заиф нуқтага айланади. Ва аксинча

---

<sup>23</sup> <http://www.narod.ru>

<sup>24</sup> Ислон Каримов. Юксак маънавият – енгилмас куч. –Т.: Маънавият, 2008.Б.9.

– қаерда хушёрлик ва жонкуярлик, юксак ақл-идрок ва тафаккур ҳукмрон бўлса, ўша ерда маънавият қудратли кучга айланади<sup>25</sup>”. Демак, инсон маънавиятига қарши қаратилган ҳар қандай таҳдид ўз-ўзидан инфор­мацион хавфсизликни, унинг миллий манфаатларини, соғлом авлод келажagini таъминлаш йўлидаги жиддий хатарлардан бирига айланиши мумкин. Бунга дунёдаги катор давлатлар, жумладан, ён-атрофимиздаги мамлакатларда содир бўлган айрим воқеалар мисолида ҳам гувоҳ бўлиб турибмиз. Инсон қалби ва онги учун кураш, ахборот хуружлари ушбу масалада бир зум ҳам хотиржамликка берилиш мумкин эмаслигини кўрсатмоқда. Дарҳақиқат, зарарли, ёт ғоялар таъсирини ўрганиш ва уларнинг олдини олиш энг муҳим ва­зифалардан. Зеро, касалликнинг манбаси, келиб чиқиш сабаблари, белгиларини билмасдан туриб, унга қарши курашиб бўлмайди, хасталикка даво топиш мумкин эмас. Сиртдан қараганда арзимасдай туюлган иллат эртага катта маънавий йўқотишларга олиб келиши мумкин. Бугун маънавий таҳдидларни ёмон дейиш билангина иш битмайди. Унинг моҳиятини, шакли ва воситаларини, ортида турган кучлар, марказлар мақсадини фoш этиш лозим. Кўпгина салбий ҳоллардан чиқиб кетиш ҳақида гапирганда албатта иммунитет масаласига тўхталиш жоиз. Инсонда маънавий иммунитет яхши шаклланган бўлса, у бир неча ёд ғоялар, таҳдид ва тўқнашувларга қарата муносиб жавоб қайтара олиши шубҳасиз. Ички ироданинг мустаҳкамлиги ва одиллик принципига доимий амал қилиш ҳозирги глобаллашув шароитида ҳар жиҳатдан муҳим аҳамият касб этиши ҳаммамизга маълум.

Маънавий таҳдидларнинг турларига эътибор беринг: дин ниқобидаги ақидапарастлик, эътиқод қалъаларини емиришга қаратилган миссионерлик, “оммавий маданият” моҳиятидаги ахлоқсизлик, маданиясизликни маданият деб сингдиришга уринишлар. Бундан ташқари шахсни шу жумладан ёшларни ўз гирдобига тортишга уринаётган эгоцентризм, гедонизм ғоялари, ёвузлик, ахлоқсизлик, фаҳш, зўравонликни тарғиб қилувчи хорижий кино,

---

<sup>25</sup>Ислом Каримов. Юксак маънавият – енгилмас куч. - Т.:Маънавият, 2008.Б.10.

мултифилмлар, китоб, газета ва журналлар, кийим-кечак ва кўғирчоқлар. Ҳатто мобил телефонлардан ҳам беҳаё суратлар ва даъватларни тарғиб қилувчи восита сифатида фойдаланилмоқда. Маънавий-маърифий ва информацион-мафкуравий соҳадаги ишларни замон талаблари асосида ташкил этиш, шахсни, хусусан, ёшларни ахборот-психологик таҳдидлардан ҳимоя қилиш, юртдошларимизнинг ҳаётга онгли муносабатини шакллантириш, ён-атрофда юз бераётган воқеаларга дахлдорлик ҳиссини кучайтириш, тинч-осойишта ҳаётимизга хавф туғдириши мумкин бўлган тажовузларга қарши изчил кураш олиб бориш юзасидан Республика маънавият тарғибот маркази томонидан тегишли вазирлик ва идоралар, жамоат ташкилотлари билан ҳамкорликда кенг кўламли ишлар амалга оширилмоқда. Мутахассисларнинг фикрича, боланинг онги 5-7 ёшда шаклланади, инсон умри давомида оладиган барча ахборотнинг тахминан 70 фоизини 5 ёшга қадар олади. Демак, инсон жамият ҳаётида муваффақиятли иштирок этиши учун зарур билим, ахборотлар ва ижобий хатти-ҳаракатлар моделини шакллантиришда оила асосий ўрин тутаяди.

Биз юқоридаги бўлимларда ҳам ахборот маданияти, маънавиятни шакллантиришда веб-сайтларнинг роли масалаларига тўхталган эдик. Ҳеч кимга сир эмаски, бу билан боғлиқ муаммолар бутунлигича ҳал бўлгани йўқ. Аслини олганда ёт ғоя ҳамда ахборот хуружларини тарғиб қилаётган гуруҳларнинг мақсадлари битта. У ҳам бўлса жамиятнинг жон томири бўлган ёшлар онгини эгаллаб уларнинг виртуал тарзда бошқариш. Улар ўз қабих мақсадларига етишда айнан ёшлар қатламини бежизга ўлжа қилишмаган. Табиатан ишонувчан ва турли йўл йўрик, информацияларни миясига тезлик билан сингдириб борувчи ёшлар бу борада уларга қўл келади. Бироқ шуни унутмаслик керакки замонавий ёшлар нафақат виртуал оламда мулоқот қилиш, ундай фойдаланишни билади, балки ахборот хуружларидан вақтида сақланишни, унинг таъсирига тушмасликни ҳам билади. Бу каби ирода ва куч азал азалдан муқаддас оила, меҳрибон халқ қалбида яшаётган миллий

менталитет, маънавий жасорат каби тушунчаларда ўз аксини топган. Шундай бўлсада, халқимиз тинчлигини кўролмай унинг номига ёмон бўхтонлар ёғдираётган, ёлгон ахборотлар тарқатаётган айрим веб-сайтлар ҳам ҳали хануз ўз иш фаолиятини давом эттирмоқда.

Шунингдек, баъзи диний даъватларга чорловчи, динни ниқоб қилиш орқали гўё тўғри йўлга бошлаётган тармоқлар сони ҳам тобора ортиб бормоқда. Уларнинг аксарияти чет тилида бўлиб, ушбу тармоққа аъзо бўлган ҳар бир шахс ундаги ҳар бир маълумотлардан фойдаланиши мумкин. Бироз содда, тафаккури тўлиқ шаклланмаган ва ёт таъсирларга ўч бўлган ёшлар эса кузатувчилар назорати остида улар айтган амалларга чиданишга қийнадиасосан чет эт тармоқлари, веб-сайтлари орқали тарқалаётган порнографик суратлар сонининг тобора ошиб бораётганлигини ҳам ачиниш билан таъкидлаш лозим. Энг ёмони шундаки сиз бирор маълумот излаётганингизда очилган веб саҳифалар юзида доимий ҳаракатланиб турувчи, ахлоққа зид суратлар истамаган тарзда экракда пайдо бўлади. Бу ҳам тарғиб қилишнинг бир осон йўли. Фойдаланувчиларни қизиқтириш мақсадида бепул белгиси остида бу каби сайтларнинг рекламаларига ҳам кўзингиз тушади.

Юртимизда фаолият юритаётган айрим интернет дўконларида бу каби порнографик, террористик ҳаракатга ундовчи, ахлоққа зид сайтларга кириш таъқиқланиши ёзиб қўйилган. Афсуски, бу ҳолат ҳамма интернет дўконларида ҳам йўқ. [www.daryo.uz](http://www.daryo.uz) сайтининг асосий саҳифасида “Юрт келажаги” республика иқтидорли ёшлар танлови юзасидан маълумотлар берилиб, унда ёшларни иқтидорини намоён этишга қаратилган, яратувчанликка унловчи суратлар, ажойиб шиорлар остида берилганлиги мақсадга мувофиқ. Шу каби сайтлар сафини кўпайтириш керак.



Маънавият қудратли куч, инсонни яхши таъсирларга элтувчи энг тўғри йўл, ёмон таъсирлардан узоқлаштирувчи халоскордир.

Миллий ва диний томирларимизни қуритишга интиладиган, миллатнинг ахлоқ-одоб, оила борасидаги асрий қадриятларига жиддий хавф соладиган бундай ғаразли кучлар дунёнинг қатор давлатларида турли йўналишда таълим бериш, тил ўргатиш, гоҳо инсонрарварлик ёрдамларини уюштириш борасидаги шиорлар остида шахс маънавиятига таъсир қилиш билан шуғулланиб келаётгани ҳам ҳақиқат. Шахс маънавиятга қарши қаратилган таҳдидлар ўз қиёфасини тез ўзгартирмоқда. Замонавий илм-фан, юксак технологиялар ютуқларидан устамонлик билан фойдаланмоқда. Шу сабабли улар қандай ниқобда, қайси шаклда пайдо бўлмасин, бундай тажовузлар моҳиятини мурасасиз фош этиш, маънавий-маърифий йўналишдаги ишларни янада кучайтириш долзарб вазифадир. Замонавий ёшлар нафақат виртуал оламда балки ижодий фаолият, ҳаётда маънан баркамолликка эришиш, ота-боболар насиҳатлари ва ўғитларига амал қилган ҳолда ўқиб изланиб, яхши касбнинг эгаси бўлишлари лозим. Юртимиз ҳар жиҳатдан баркамол, соғлом, билимли ёшларга суянади. Шундай экан, жонажон ватанга муносиб фарзанд бўлиш йўлида изланайлик.



## Хулоса

Интернет журналистикасининг асосий ютуғи у бир вақтнинг ўзида миллионлаб ўқувчиларни қамраб олганлигида, ахборотни тақдим этишда ҳеч қандай чегара бўлмаслигида. Аммо журналистиканинг муҳим хусусиятларидан бири ахборотни қандай қилиб, қай тарзда, факт ва рақамларга таяниб етказишда намоён бўлади. Айти пайтда фаолият юритаётган нашрлар веб-сайтлари афсуски, бу вазифани юқори даражада бажараётгани йўқ. Бу эса интернет журналистикаси олдида турган долзарб муаммолардан биридир. Диссертация мавзусининг долзарблиги веб-сайтларга оид илмий-назарий, амалий хулосаларни, тавсияларни тақдим этишга туртки бўлади:

— Веб-сайтлар тезкор ахборот етказувчи асосий манба ҳисобланади. У орқали бир куннинг ўзида содир бўлган бир неча ахборотларни ўқувчиларга тақдим этиш мумкин. Бу борада у хоҳ мустақил веб-сайт бўлсин, хоҳ нашр веб-сайти тизимда янгиликлар алмашилишини таъминлашни тезкорлик билан йўлга қўйиш лозим;

— Веб-сайтларда маълумотларни тақдим қилиниши ва ҳаволаларни очилиш тезлигидаги камчиликлар турли норозиликларга сабаб бўлади. Ўқувчи маълум бир дақиқа мобайнида янгиликлар лавҳасини очилишини кутмайди. Бу кўп вақтни талаб қилгач, у тўғридан-тўғри бошқа манбага мурожаат қилади. Шў ўринда веб-сайтларнинг ишлаш тезлигини доимий назорат қилиб бориш ҳамда фойдаланувчилар сони бўйича рейтинг ташкил қилиш лозим;

— Веб-сайтларда тақдим этилаётган ахборотларнинг мазмунан бойлиги, имловий хатоларга йўл қўйилмаганлиги, сарлавҳа, лид каби белгилар ва уларнинг дизайнига алоҳида эътибор бериш лозим. Маълумотларни тақдим этишда жанрлар хилма-хиллигидан фойдаланиш ранг-баранг мавзуларни тақдим этиш мақсадга мувофиқдир;

Шу билан бирга интерактив методлардан фойдаланиш ўқувчилар билан тўғридан-тўғри мулоқотни йўлга қўйган ҳолда фикр-мулоҳазаларни алмашиш яхши самара беради. Бу борада соҳа малакали журналистларга эҳтиёж сезмоқда. Интернет журналистикасида тил муаммосининг ҳали бартараф этилмагани бошқа бир муаммоларни келтириб чиқишга ҳам сабаб бўлмоқда.

—Ахборот қудратли куч, қуролдир. Оммавий ахборот ва телекоммуникацияси воситаларининг “воситачилигида” “оммавий маданият” кириб келмоқда, манипуляция амалга оширилмоқда, ёшлар ўз вақтларини беҳудага сарф қилиб ўз маънавий олами ва соғлиғига путур етказмоқдалар. Бу каби муаммоларни ҳал қилишда аввало ёшлар энг кўп мурожаат қилаётган веб-сайтлар орқали уларга акс таъсир ўтказиш, уларни билим олиш, келажакда етук касб эгаси бўлиш каби мақсадларга йўналтирувчи лавҳаларни жойлаштириш, материаллар тақдим қилиш, уларнинг психологиясига таъсир қилувчи суратларни ҳавола этиш тегишли натижага эришишга асос бўлади;

— Веб-сайтлар ҳамда интернет журналистикасининг назарий асослари, концепцияси ва принципларини тўғридан-тўғри қабул қилмасдан, миллий таълим тизимига мослаштириш мақсадга мувофиқ;

— Шунингдек, фойдаланувчи ишончини қозониш мақсадида веб-сайтларнинг технологик имкониятларни бойитган ҳолда уларни фақатгина таъсирчанлигини ошириш эмас, балки мазмун ҳамда дизайн ҳамоханглигини эътиборга олган ҳолда бир мақсад йўлида бирлаштириш лозим. Ўқувчиларнинг ёши, қизишларига оид маълумотларнинг тақдим этилиши тегишли натижани қўлга киритишга асос бўла олади.

— Веб-сайтлар ўз аудиториясини султ тингловчидан фаол танқидчига айлантириши даркор. Таъкидлаш жоизки, сайт ҳақида ўзининг холис фикри ҳамда таклифларини айта олган ўқувчилар истак ва хоҳишларини инобатга олиш орқали йўл қўйилган камчиликларни тўғирлаш мумкин;

Веб-сайтлар яхшигина даромад олиш манбаи ҳамдир. Бу борада тегишли ҳамкор ташкилотлар билан алоқани йўлга қўйиб рекламалар фаолиятини ташкил этиш, оммавий, ижтимоий ҳамда таъсирчан реклама лавҳаларини жорий этиш лозим;

— Интернет журналистикасида веб-сайтларнинг роли бўйича таълим даргоҳларида ўқув дастурларини тузиш, интернет журналистикаси ва веб-сайтларда саводхонлик кўникмасининг амалий сабоқларда шаклланиши масалаларига доир махсус ўқув соатларини ташкил этиш жоиз;

Тахририятларга веб-сайтлар иши билан шуғулланувчи махсус бўлим ташкил этиб, унда техник мутахассислар билан бирга тажрибали журналистлар, шарҳловчилар ҳамда ёш мутахассисларни жалб этиш масалаларига эътибор бериш керак;

Журналистика соҳасида таълим олаётган талабаларга “Интернет журналистикаси таълими” деб номланган махсус дарслик киритилиши шу асосида ўқувчиларнинг интернет оламида бўлаётган воқеа ходисаларга муносабати, интернет журналистикасининг бўлажак мутахассислари бу жараёнга ўз хиссаларини қўшишларига кўмаклашиш жоиз;

Нашр веб-сайтида эълон қилинган танловларнинг ҳаволаларини сайтда эълон қилиш, бу орқали нашр мухлисларини танлов ва лойиҳаларга жалб қилишга эришиш мумкин;

— Мамлакатимиз олий таълим муассасаларида мураббийлик соати — ахборот соатини ўз мақсад ва вазифаларига кўра самарали шаклда ўтказиш — долзарб вазифа. Боиси, айнан шу соатда талабалар юртимизда ва жаҳонда рўй бераётган энг сўнгги воқеликлар билан танишади, олий таълим муассасасига тегишли эълонлар ва янгиликлардан бохабар бўлади. Бу жараёнда айнан интернет манбаларидан фойдаланиш, ахборотларни тақдим этишда, солиштириш ва чуқур таҳлил қилиш учун босма ва электрон оммавий ахборот воситаларини бир бири билан солиштириш мумкин. Бу эса қайси восита ахборотга нисбатан қандай ёндашаётганлигини кўриш мумкин.

Шунингдек, бу каби соатларда ахборот хавфсизлиги, ижтимоий тармоқларда тарқалаётган ёлғон ахборотлар, ахборот хуружлари ҳақида жонли бахслар ташкил этилиб унда асосан ёшларнинг фикри билан танишиш, уларга қизиқарли видеоролик ҳамда филмлар намойиш этишни ташкиллаштириш мақсадга мувофиқдир;

— Мактабгача таълим, умумтаълим, ўрта махсус, касб-ҳунар таълими, олий таълим муассасалари тарбияланувчи, ўқувчи ва талабалари ўртасида улар кўпроқ қайси веб-сайтларга мурожаат қилишлари юзасидан социологик сўровномалар ўтказиш веб-сайтлар рейтингини аниқлашга туртки бўлади;

Шунинг билан бирга талабга жавоб бермайдиган нашрлар веб-сайтларини қайта кўриб чиқиш уни кўплаб мутахассилар олдида, соҳа юзасидан ўтказилаётган учрашув ва йиғинларда муҳокамага қўйиш орқали улар ишини янада такомиллаштириш, веб-сайтларнинг моддий техник баъзасини янгилашга эришиш мумкин;

Телевидение дастурлари орқали айнан нашрлар веб-сайтларидан ўқувчилар қандай фойдаланмоқда, асосан қай мақсадда фойдаланишмоқда каби саволларга атрофлича жавоб олган ҳолда соҳада кўзга ташланаётган муаммоларни бартараф этиш чораларини ишлаб чиқиш керак;

Интернет журналистикаси ҳамда веб-сайтларга оид назарий маълумотларни асосан таълим босқичининг дастлабки йилларидан бошлаш, илк назарий маълумотлар билан ўқувчиларни таништирган ҳолда уларга бу борада тавсия ва тегишли кўрсатмалар бериб бориш мақсадга мувофиқ бўлади;

Журналистиканинг жон томири ахборот. Ахборотсиз маконда эса ҳеч қандай ўсиш ҳамда ривожланиш бўлмайди. Бироқ тизгинсиз ахборот жамиятида ҳам фикр тарқоқлиги, мазву моҳиятини тўлиқ англамай хулоса чиқариш ва ахборот манбаларига нисбатан ишончсизликнинг келиб чиқишига замин яратади. Бунга эса ахборотларнинг ҳаддан ташқари кўпайиб бораётгани ҳамда уни етказиб берувчи воситаларнинг хилма хиллиги сабаб

бўлади. Шу каби муаммоларни атрофлича бартараф этиш, жамият ҳаётида ахборий мувозанатни сақлаш, жамоатчиликни ишончли ахборотлар билан таъминлаш журналистларнинг олдида турган энг биринчи галдаги асосий вазифалардан биридир. Эндиликда интернет журналисти, блоггер каби атамаларнинг қўлланилаётганлиги замонавий интернет журналистикаси, ахборот технологияларининг тобора тараққий этиб бораётганидан далолат беради. Бу эса биз юқорида таҳлил қилган нашрлар веб-сайтлари фаолиятини ривожлантиришда тегишли кўрсатма ҳамда талаблар қўйишда алоҳида аҳамият касб этади. Эндиликда техник имкониятлардан тўлиқ фойдалана олувчи, турли соҳаларга оид билимларга эга ўқувчи веб-сайтлардан янгича фикр ҳамда инсонни мулоҳаза чорловчи, уни таъсирлантирадиган мавзуларни кутади. Ўқувчи ўзини қизиқтирган саволларга етарлича жавоб олсагина, у веб-сайтнинг доимий фойдаланувчисига айланади, маълумотлар олишда веб-сайт манбаларига таянади. Бу эса замонавий нашрларнинг асосий ютуғи ҳисобланади десак, муболаға бўлмайди.

Шу ўринда айтиш лозимки, замонавий талабларга жавоб берувчи, журналистик талабларни тўлиқ қондира олган, тезкор ахборотларни тақдим этувчи веб-сайтлар жамиятни соғлом ахборот билан таъминлашнинг етакчи воситаси бўлиб қолмоқда. Шунингдек, ёшлар маънавиятини оширишга қаратилган мавзуларни тақдим эта олган, уларни ватанпарварлик руҳида тарбияловчи, маънавий етуклик сари етакловчи долзарб мавзу ҳамда кўрсатмаларни ўзида мужассамлаштирган ҳолда иш юритиш веб-сайтларнинг асосий ютуғи бўлиб қолади. Бу эса келгусида ёш, етук интернет журналистларини тайёрлаш, келгусида мана шундай веб-сайтлар фаолиятига муносиб ҳисса қўша оладиган кадрларни тайёрлашга замин яратиши шубҳасиз.

## **Фойдаланилган адабиётлар**

### **1. Расмий адабиётлар**

1. Ўзбекистон Республикаси Конституцияси.–Т.: Ўзбекистон. 2007.
2. Компьютерлаштиришни янада ривожлантириш ва ахборот-коммуникация технологияларини жорий этиш тўғрисида. Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлисининг Ахборотномаси. 2002.
3. Ахборотлаштириш тўғрисида. Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлисининг Ахборотномаси. – 2004.
4. Оммавий ахборот воситалари тўғрисида. Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси палаталарининг Ахборотномаси. – 2007.
5. Каримов И.А. Энг асосий мезон ҳаёт ҳақиқатини акс эттириш. Ўзбекистон, 2009.
6. Каримов И.А. Ўзбек халқи ҳеч қачон, ҳеч кимга қарам бўлмайди. Т.: Ўзбекистон. 2005.
7. Каримов И. А. Ўзбекистон буюк келажак сари. Т.: Ўзбекистон, 1998.
8. Ислом Каримов. Юксак маънавият – енгилмас куч. Т.: Маънавият, 2008.

## **2. Ўқув қўлланмалар ва услубий-методик адабиётлар**

1. Маклюэн М. Средство само есть содержание. Информационное общество. М. 2004.
2. Кузин.В. Психологическая культура журналиста. СПб. 2001.
3. Воробьев Г.Г. Твоя информационная культура. Молодая гвардия, 1988.
4. Авраамов Д.С. Основы творческой деятельности журналиста. М.: Аспект Пресс. — 2000.
5. Авраамов Д. С. Профессиональная этика журналиста. М.: Мысль. 1991.
6. Павликова М.М. Парадокецы информационого общества. Вестник МГУ. 2008.
7. Калмыков А. А., Коханова Л. А. Интернет-журналистика. Учебное пособие. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005.
8. М.Зуева. Спецификация HTML 1.0: The Extensible HyperText Markup

Language.

9. Д. Рашидова. Н. Муратова. Интернет журналистика. Тошкент. 2007.
10. Дўстмухаммедов Х. Ахборот мўъжиза, жозиба, фалсафа. Янги аср авлоди нашриёти. Тошкент. 2013.
11. Электрон оммавий ахборот воситаларида маънавий маърифий масалаларнинг ёритилиши: назария ва амалиёт. Тошкент 2012.
12. Махмудов. Н. Тилимизнинг тилла сандиғи.Т. Гафур Фулом номидаги нашриёт-матбаа ижод уйи. 2012.
13. Гофуров Б., Хидиров Қ. Интернет ва миллат манфаати // Халқ сўзи. 2005. 13 май.
14. Рашидова Д. Интернет в Узбекистане: возможности и проблемы. Т.: Zar qalam. 2003.

#### **5. Рус ва инглиз тилида фойдаланилган адабиётлар рўйхати**

1. Holland. P. The television handbook. Routledge. London and New York. 1997.
2. Kubey, R. (1998). Obstacles to the Development of Media Education in the United States. Journal of Communication (Winter).
3. Howard T. News; A Reader. Oxford University Press. UK. 1999.
4. Mencher M. M. News Reporting and Writing. Seventh Edition. Columbia: Columbia University Press. 1997.

#### **6. Тадқиқ этилган ва ўрганилган сайтлар**

1. [http:// www.infocom.uz](http://www.infocom.uz)
2. <http://www.google.uz>
3. <http://www.hurriyat.uz>
4. [www.jamiyat.uz](http://www.jamiyat.uz)
5. [www.darakchi.uz](http://www.darakchi.uz)
6. [www.gazeta.ru](http://www.gazeta.ru)

7. <http://www.guardian.com>