

UDK 070:316.77

HOZIRGI ZAMONDA JURNALISTIKA KASBINING ILMIY, AMALIY AHAMIYATI

Kuchkarov Shoxrux Azamat o'g'li

Abdullayev Yashin Baxramovich

Annotatsiya: Ushbu tezisda zamonaviy jurnalistikaning o'qitilish metodikalari, fanning kelib chiqishi, ijodiy faoliyat jarayonida jurnalist bilishning, voqelikni anglashning turli metodlari hamda jahon jurnalistika asoslari ko'rib chiqiladi.

Tayanch so'zlar: Jurnalistika, adad, content, mediabozor, media-brend, gadjet, kombinatsiya,

Jurnalistika - yangiliklar qidiruvchisi hisoblanadi. Tajriba va tarix esa, ushbu yangiliklarni elagidan o'tkazib, eng keraklilarini zaxiralarida saqlab qoladi va insoniyat foydasiga ishlatadi. Axborotga keng ehtiyoj matbuot nashrlarining adadlari to'xtamasdan ko'paytirilib borishiga sabab bo'ladi. Natijada, gazeta va jurnallar mexanizatsiyalashgan, keyincha esa avtomatlashtirilgan holda chop etila boshladi. Chizilgan va kameraga olingan rasmlar ham o'z vaqtida nashrlarda paydo bo'ldi.

Sharqqa Yevropa usulidagi bosma g'arbdan kirib keldi, dastlabki gazetalar esa mustamlakachi hukumat manfaatlarini himoya qildi. Keyinchalik ular mahalliy xalqlar vatanparvarlar quroliga aylanib, ozodlik kurashida g'oyaviy kuch sifatida ishlatildi.

2000-yillar aksariyat axborot va ijtimoiy axborot kasblari uchun burilish nuqtasi bo'ldi. Ushbu burilish nuqtasining sababi aloqaning yangi turlari, ma'lumotlarni uzatish va kontent bilan ta'minlangan aloqa inqilobi edi. Bugungi kunda biz "raqamli" deb ataydigan texnologiyalarning kombinatsiyasi har qanday turdagi media-kontentni real vaqt rejimida oqilona (va keyin minimal,





nolga moyil) xarajatlar bilan tarqatish imkonini berdi. Xuddi shu texnologiyalar ommaviy axborot vositalarini uch asrdan ko'proq vaqt davomida qo'llab-quvvatlab kelayotgan pullik tarqatish sanoatiga qattiq zarba berdi. Axborotni tarqatishning yangi usullarining interfaolliigi ommaviy axborot vositalari uchun (axborot manbasidan iste'molchiga mazmunli munosabat bildirish huquqidan mahrum bo'lgan) an'anaviy eshittirish aloqa modelini ham o'zgartirdi, shuningdek sanoat tarixi nuqtayi nazaridan juda qisqa vaqt ichida kontent yaratish monopoliyasi va uning tarqalishi zamonaviy ilmiy muhokama nuqtayi nazaridan "mualliflik huquqidan ozod qilish" mavjud edi. Jurnalistikaning tom ma'noda barcha tarkibiy qismlariga (uyushgan muloqotning bir qismi sifatida) xalaqit bergan "raqamli muhit"ning eng muhim xususiyati kontentni iste'mol qilishning oqimli modelini taklif qilish axborot tarqalishining asosiy vazifasidir. Gazeta kuniga bir marta, radio yoki televideniya yangiliklar dasturi - soatiga bir martadan ko'p bo'lmagan, jurnal - haftada yoki oyda bir marta chiqadi.

Jurnalistika nima? Jurnalist kim? Turli tarixiy davrlarda ushbu atamalarning ma'nosi o'ziga xos rangga ega bo'ldi. Ijtimoiy jarayonlardagi global o'zgarishlar jurnalist kasbining mohiyatiga ta'sir ko'rsatdi va uning yangi ro'llarini belgilab berdi.

"Jurnalistika" atamasi lotincha "dies" - kun, har kuni so'zidan kelib chiqqan. Zamonaviy ma'noda "jurnalistika" atamasi quyidagilarga ishora qiladi:

- tegishli ijtimoiy ma'lumotlarni yig'ish, qayta ishlash va davriy ravishda tarqatish bo'yicha professional faoliyat;
- ushbu faoliyatning barcha xilma-xil mahsulotlari - gazeta, jurnal, televideniya va radio materiallari;
- jurnalistik axborotni tarqatishning barcha kanallari - gazetalar, jurnallar, televideniya, radio, axborot agentliklari, internet;
- uning doirasidagi kasblarning butun majmuasi -ya'ni ijodiy va texnik;
- ta'lim muassasalarida tegishli o'rganish va o'qitish predmeti.



Demak, jurnalistika – bu media tizimi, jurnalistik faoliyat, axborot kanallari, media matnlari, jurnalistika fanidir.

Sovet Ensiklopediyasida jurnalistikaga quyidagicha ta'rif berilgan: “Jurnalistika - bu ommaviy aloqa kanallari (matbuot, radio, televideniya, kino va boshqalar) orqali tegishli ma'lumotlarni to'plash, qayta ishlash va davriy ravishda tarqatish bo'yicha ijtimoiy faoliyat turidir” deyilgan.

“Jurnalistika” so'zi ushbu sohadagi professional axborot faoliyatining o'ziga xos xususiyatlariga, “jurnalistika” tushunchasi esa ommaviy axborot vositalariga mos keladi.

XIX asrda “jurnalistika” tushunchasi nashrlarning sifati, shuningdek, ishni professional tashkil etish, shaxsiy jurnalistika, ommaviy jurnalistika bilan bog'liq edi.

Jurnalistlar - tahririyatlarning doimiy va shtatdan tashqari xodimlari (muxbir va xatlar bo'limi xodimidan tortib, muxbirlar tarmog'i boshlig'i va bosh muharrirgacha) bo'lib, ular tahririyat nizomiga muvofiq ishning yo'nalishini belgilaydi. Nashrlar yoki dasturlarning tabiati, gazeta va jurnallar sonida, radio va televideniya dasturlarida ommaviy axborotni to'plash, qayta ishlash va jamlash, agentlik ma'lumotlarini chiqarish va boshqalar bo'yicha mualliflik, tahririyat, tashkiliy ishlarni olib borishdir.

Muayyan guruhlarining ommaviy axborot vositalarini iste'mol qilishidagi o'zgarishlar alohida ommaviy axborot vositalariga ta'sir ko'rsatishi mumkin, ammo umuman sanoatning holatiga ta'sir qilmadi. U yoki bu gazeta, jurnal, telekanal mediabozorning boshqa ishtirokchilari ustidan “yutishi” mumkin edi, lekin bu “yutuq” juda kamdan kam hollarda boshqa ommaviy kommunikatsiya turlari hisobiga keldi. Shu bilan birga, ommaviy axborot vositalarini iste'mol qilishning umumiy o'sishi quyidagi omillar tufayli faollashdi, ya'ni: yetkazib berish kanallari soni bo'yicha ham, brendlar soni bo'yicha ham ommaviy axborot vositalarining miqdoriy va sifat jihatidan o'sishi, agar 1980-yillarning boshlarida iste'molchiga ma'lum bo'lgan media-brendlarning o'rtacha soni 8,2



mln nom bo'lsa, 2002-yilda u allaqachon 21,34 mln tani tashkil etgan. Bandlikning umumiy vaqtining qisqarishi, bo'sh vaqt byudjetining sanoatdan keyingi qayta taqsimlanishi; o'yin-kulgi va havaskor va yarim professional ma'lumotlarga nisbatan talab ortib bormoqda. Masalan, sevimli mashg'ulotlar, gadjetlar, uy-ro'zg'orni obodonlashtirish, bog'dorchilik, tarix va boshqalar; avval bosma ommaviy axborot vositalarida, keyin esa boshqalarda, shu jumladan, radioeshittirish vositalarida yaratish va nashr etishning raqamli texnologiyalarini joriy etish orqali tahririyat va nashriyotlarning "ishlab chiqarish quvvati"ni oshirish. Yuqorida sanab o'tilgan omillar tarmoqdan oldingi davr va tarmoq davri o'rtasidagi o'tish davrining eng muhim holatini aniqladi. XXI asrning boshi maqsadli kontent ta'minotining misli ko'rilmagan o'sishi bilan tavsiflanadi. Eng keng auditoriyaga yo'naltirilgan universal ommaviy axborot vositalari o'rniga torroq, tanlangan auditoriyaga faqat ayollarga yoki faqat baliq ovlash ishqibozlariga qaratilgan nashrlar, dasturlar va butun telekanallar paydo bo'la boshladi. 1990-yillarga qadar maqsadli ommaviy axborot vositalari hashamatli yoki professional qiziqish edi. Yuqori ixtisoslashgan ommaviy axborot vositalarida ishlaydigan jurnalistlar va boshqa tahririyat xodimlarining ulushi professional hamjamiyatning ahamiyatsiz qismi edi. Umumiy manfaatdor ommaviy axborot vositalari kamdan kam hollarda muharrirlarga yoki tor ixtisoslashgan yozuvchilarga muhtoj edi.

Biroq, maqsadli ommaviy axborot vositalarining o'sishi jurnalistikaga ko'p sonli "yozuvchi mutaxassislar" - mualliflar va muharrirlarni jalb qilishni talab qildi, ular asosan tegishli tor sohada (moda, texnologiya yoki menejment bo'lishi mumkin) jurnalistlarga aylanadi. Hech qanday nazariy yoki axloqiy ta'limga ega bo'lmagan holda, faqat mashg'ulot bo'yicha 2009-yilda bunday "professional jurnalistlar"ning oqimi Buyuk Britaniyada ushbu kasb bilan shug'ullanuvchilarning 30-35 foizini tashkil qilgan. Nima uchun bu muhim va bunday ko'rsatkichga borib yetgani faqatgina ish sharoitlarining kombinatsiyasi tufayli jurnalist bo'lgan odamlar jurnalist etikasi muammolariga befarq



bo'lmaganligi tufayli, to'g'rirog'i, bu muammolarni hal qilishda eng yaxshi holatda sog'lom fikrga tayanganliklari tufayli sodir bo'ldi.

Keltirilgan ma'lumotlardan xulosa qilish mumkinki, jurnalist jamiyatda sodir bo'lgan turli xil ijtimoiy voqealarni o'rganish, tadqiq etish, tahlil qilish orqali o'zining ijodiy faoliyatning mohiyatini aniqlash, voqeaning sabab va oqibatlari, o'rni va ahamiyatini ko'rsatib berish bilan belgilanadi. Bu vazifalarni amalga oshirishda jurnalist jamiyat hayotining turli tomonlarini auditoriyaga tezkor, tahlil asosida va his-hayajonli, obrazli vositalar orqali ko'rsatishga harakat qiladi. Ijodiy faoliyat jarayonida jurnalist bilishning, voqelikni anglashning turli metodlaridan foydalanadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Mirziyoyev Sh.M. Buyuk kelajagimizni mard va olijanob xalqimiz bilan birga quramiz. –T. O'zbekiston, 2017. – 488 b.
2. Mirziyoyev Sh.M. Milliy taraqqiyot yo'limizni qat'iyat bilan davom ettirib, yangi bosqichga ko'taramiz. 1-jild. –T. O'zbekiston, 2017. – 592 b.
3. Mirziyoyev Sh.M. Xalqimizning roziligi bizning faoliyatimizga berilgan eng oliy bahodir. 2-jild. –T. O'zbekiston, 2017. – 508 b.
4. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning Oliy Majlisga Murojaatnomasi (2020 yil 24 yanvar). // www.uza.uz
5. Karimov I.A. O'zbekiston: milliy istiqlool, iqtisod, siyosat, mafkura. T.1. –T. O'zbekiston, 1996. – 364 b.
6. Karimov I.A. Bizdan ozod va obod Vatan qolsin. T.2. –T. O'zbekiston, 1996. – 380 b.
7. Karimov I.A. Yuksak ma'naviyat – yengilmas kuch. –T. Ma'naviyat, 2008. – 176 b.
8. O'zbekiston Respublikasining Konstitutsiyasi –T. O'zbekiston, 2016.



9. O'zbekiston Respublikasining "Davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari faoliyatining ochiqligi to'g'risida"gi qonuni. –T . 2014 lex.uz

10. O'zbekiston Respublikasining "Axborot erkinligi prinsiplari va kafolatlari to'g'risida"gi qonuni. Axborot va axborotlashtirishga oid normativ-huquqiy hujjatlar to'plami. –T. Adolat, 2008.

11. O'zbekiston Respublikasining "Ommaviy axborot vositalari to'g'risida"gi (yangi tahriri) qonuni. Axborot va axborotlashtirishga oid normativ-huquqiy hujjatlar to'plami. –T. Adolat, 2008.

12. O'zbekiston Respublikasining "Axborotlashtirish to'g'risida"gi qonuni. Axborot va axborotlashtirishga oid normativ-huquqiy hujjatlar to'plami. –T.: Adolat, 2008.

13. O'zbekiston Respublikasining Qonunlari. O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisiga saylov to'g'risida. Xalq deputatlari viloyat, tuman va shahar Kengashlariga saylov to'g'risida. Fuqarolar saylov huquqlarining kafolatlari to'g'risida. –T. O'zbekiston, 2004.

14. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori. Oliy ta'lim tizimini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida. –Toshkent shahri, 2017-yil 20-aprel. // <http://uza.uz>

15. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining farmoni. Axborot sohasi va ommaviy kommunikatsiyalarni yanada rivojlantirishga oid qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida. –Toshkent shahri, 2019-yil 2-fevral. // <http://uza.uz>

TEL: [+998996224499](tel:+998996224499)

E-pochta: shoxruxkuchkarov72@gmail.com