

ЎЗБЕКИСТОНДА БОСМА НАШРЛАРНИНГ ИН- ТЕРАКТИВ-КОММУНИКАТИВ ЖАРАЁНЛАРГА МОСЛАШУВИ

Изох: Мазкур мақолада медиа конвергенция жараёнларини босма нашрларнинг фаолиятига таъсири, матбуотнинг бу жараёнларга мослашуви, электрон нашрлар билан рақобатга киришиши, замонавий ахборот муҳитида газета ва журналларнинг контентидаги ўзгаришлар, газета ва журналларнинг аудитория билан интерактив-коммуникатив муносабати акс этган. Шунингдек, медиа конвергенция шароитида жанрларнинг коммуникатив вазифалари ўрганилган ва интервью мисолида таҳлил қилинган.

Калит сўзлар: матбуот, нашр, газета, журнал, медиаконвергенция, контент, жанр, рақобат, аудитория, интерактивлик, коммуникация

Кириш ва гипотеза

Мамлакат оммавий ахборот воситаларининг шаклланиши ва ривожланишида даврий нашрлар алоҳида ўрин тутди. Тўғри, замонавий технологиялар, айниқса интернет ахборот ресурсларининг мислсиз ривожланиши туфайли бугун ахборот истеъмолчиларининг катта қисми электрон тизимдан ахборот олишга мослашдилар. Улар газета ва журналларни варақлашдан кўра, турли хил мобил воситалар орқали ахборотнинг тез ва осон олишни авзал кўрадилар. Нима ҳам дердик, бу тарққиёт меваси, тамаддун талаби. Қолаверса, мамлакат медиа муҳитида бозори тушунчасининг пайдо бўлиши ва ривожланиши, босма нашрлар фаолиятига ҳам ўз таъсирини ўтказмасдан қолмади. Натижада ахборот бозорида газета ва журналлар нафақат ахборот етказувчи восита, балки бизнес турига айланиб бормоқда. Ахборот коммуникатив технологиялари ва воситаларининг тез суръатларда ривожланиши интернет ресурслари билан босма нашрлар ўртасида рақобат муҳитини юзага келтирди. Шу билан бирга интернетнинг ривожланиши анъанавий журналистика фаолият мазмунини, ижтимоий вазифаси ва асосий тамойилларини ўзгартириб юборди. Тўғрироғи, интернет ОАВнинг барча турларини ўзига қамраб олди. (Киршин, 2009) Шунингдек, босма нашрларни ҳам. Айниқса, интернетда электрон нашрларнинг пайдо бўлиши матбуотнинг келгусидаги фаолиятини жиддий қайта кўриб чиқиш масаласини долзарб муаммо сифатида кун тартибига қўйди. Шу боис, миллий медиамаконда матбуот фаолиятини келгусида қай йўсинда ташкил қилиш масаласи энг кўп муҳокама қилинаётган мавзулардан бирига айланди.

Методлар ва манбалар

Аслида бу мавзунинг муҳокама қилиниши ва таҳририятлар фаолиятни жиддий қайта кўриб чиқиш учун аллақачон вақт етилганди. Чунки жуда катта босим билан кечаётган ҳозирги ахборот алмашинуви жараёнларида, ахборот рақобати муҳитида ҳар бир оммавий ахборот воситаси, шунингдек босма нашр ўз ўрнини сақлаб қолиши жиддий масала. Бугунги ахборот рақобати муҳитида бу осон иш эмас, албатта. Унда иштирок этаётган ҳар бир нашр ана шу муҳит талабларидан келиб чиқиб ўз фаолиятини қайта ташкил этишни тақозо қиляпти. Чунки бугунга келиб газеталарнинг адади жуда пасайиб кетди. Шу боис ҳозир фақат мамлакатда эмас, бутун дунёда босма нашрлар бундан кейин мавжуд бўладими йўқми, деган савол долзарб бўлиб турибди.

Босма нашрлар ададининг тушиб кетишининг бир қатор саба-

TOSHPOLATOVA Nazira
Kurbanovna, Candidate of
Philological Sciences, Professor,
head of Department of Media
Theory and Practice, University
of Journalism and Mass
Communications of Uzbekistan

ТАШПОЛАТОВА Назира Кур-
бановна, кандидат филологи-
ческих наук, профессор, за-
ведующая кафедрой теории
и практики медиа Универси-
тета журналистики и массовых
коммуникаций Узбекистана

блари бор. Биринчи навбатда мажбурий обунанинг бекор қилингани сабаб бўлса, иккинчидан, газеталар ва журналлар мазмуни, ахборот узатиш шаклига эскича ёндашув ўқувчилар талабига жавоб бермай қолди. Учинчидан, интернетдан фойдаланиш имконияти ортиб, ахборот олишнинг бир-биридан қулай турлари ва шакллари борган сари такомиллашмоқда. Тўртинчидан, ахборот истеъмолчиларининг ўзлари ҳам керакли ахборотни олиш билан бирга, узатиш жараёнларида ҳам иштирок этмоқдалар. Эндиликда хоҳлаган ахборот манбаси ижтимоий тармоқлардан фойдаланибгина қолмай Телеграм ва Инстаграмда ўз канали ва саҳифаларини очиб, у орқали ахборот узатиш жараёнларида иштирок этапти. Бешинчидан, мобил қурилмалар сонининг ортаётганлиги интернет тармоғидан кенг фойдаланишнинг 5G тармоқлари орқали ҳар қандай маълумотни олиш, унга муносабат билдириш имкониятини берди ва ҳ.з. Бир сўз билан айтганда, рақамли технологияларнинг ривожланиши туфайли ОАВ билан аудитория ўртасида икки томонлама, ўзаро тенг муносабат юзага келди. Айнан ахборот технологияларнинг ривожланиши жамиятда интерактив ва коммуникатив муносабатларнинг шаклланишида муҳим омил бўлиб хизмат қилаётганлиги эътироф этилмоқда. Бу соҳада олиб борилаётган тадқиқотларнинг аксариятида матбуотда интерактивлик ва коммуникативлик ҳодисаси интернет журналистикасининг пайдо бўлиши ва ривожланиши билан кун тартибига чиққани таъкидланади.

Шу ўринда “интерактивизм” сўзининг истилоҳига тўхталиб ўтиш жоиздир. Ушбу атама ахборот алмашишда (мулоқотда) иштирок этадиган субъектларнинг муайян мақсадга, самарага эришишдаги тенг ҳаракати, кенг маънода эса ижтимоий таъсир кўрсатиш деган маъноларни англатади. Журналистикада эса ахборот алмашиш жараёнларида аудитория фаол ҳаракати, ахборот етказувчилар билан уни қабул қилувчилар ўртасидаги ўзаро тенг алоқага кириш тушинилади. Биз буни ОАВдаги интерактив жараёнлар мисолида кўришимиз мумкин. Хусусан, телевидение орқали намойиш этилаётган кўрсатувлар, радиоэшиттиришлар аудитория билан тўғридан-тўғри мулоқотга киришади. Матбуотда, хусусан, газета ва журналларда ҳам ана шундай жараёнларни кузатиш мумкин.

“Вестник Московского университета” журналининг 2006 йил 3-сонида тадқиқотчи М.Лукинанинг “Эски газеталарнинг янги ҳаёти: матбуот қандай қилиб янги ўқувчиларига мослашяпти” (Новая жизнь старых газет: как пресса приспособливается к новому читателю) сарлавҳали мақоласида интерактивлик замонавий матбуотни “ўлим”дан кутқариб қолувчи восита сифатида қарайди. Сабаби, технологиялар ривожланишининг янги босқичи, кенг тармоқли интернет ва мобил провайдерларнинг пайдо бўлиши, газета ва журналларга бўлган эҳтиёжни кескин тушириб, уларнинг электрон нусхаларини оммавийлаштиришга олиб келяпти. Бундай шароитда, ҳар бир нашр миллий медиа муҳитида ўз ўрнига эга бўлишида унинг веб сайтларини ривожлантиришга жиддий аҳамият бера бошлади.

Нагижалар

Ахборот технологияларнинг ривожланиши туфайли, итерактив журналистиканинг пайдо бўлиши матбуотда ҳам интерактив – коммуникатив жараёнларнинг ривожланишига таъсир этмай қолмади. Матбуот ахборот етказиш билан бирга бир вақтнинг ўзида ҳам ўқувчиларнинг фикрини билиш, ҳам улар ўртасида турли масалалар юзасидан ижтимоий сўровлар ўтказиш, фикр-мулоҳазаларини фарқлаш, ўзаро мулоқотни

BOSMA OMMAVIY AXBOROT VOSIYALARI

ташкил этиш функцияларини ҳам бажармоқда.

Ўзбекистонда бу жараёнлар 2006 йилдан бошланиб, аксарият марказий, худудий, тармок, хусусий нашрлари тахририятлари ўз веб сайтларини яратишга киришдилар. Ҳозирга келиб ҳар бир нашрнинг веб-сайти бор ва уларнинг фаолияти замон талабларига мос тарзда ривожланмоқда. Ҳукумат томонидан жаҳон вертуал маконида бўлаётган ўзгаришларни ҳисобга олиниб Ўзбекистон Республикасининг “ОАВ тўғрисида” ги қонуннинг янги тахририда даврий нашрларнинг веб-сайтлари фаолияти ахборот узатиш тури сифатида ҳукукий жиҳатдан кафолатлаб қўйди. (Lex.uz 2018.04.)

Илк кўринишлари қоғоз нусханнинг айнан ўзи бўлган электрон “клон” нусхалар бўлган бўлса, эндиликда газетани тўлдирган, янгиланиб турадиган “гибрид” нусхалари фаолият кўрсатмоқда. Замонавий матбуот ахборот етказиш билан бирга бир вақтнинг ўзида ҳам ўқувчиларининг фикрини билиш, ҳам улар ўртасида турли масалалар юзасидан ижтимоий сўровлар ўтказиш, фикр-мулоҳазаларини билиш, ўзаро мулоқотни ташкил этиш функцияларини ҳам амалга оширадиган бўлди.

Муҳокама

2006 йилдан бошлаб республиканинг барча марказий, худудий, тармок, хусусий нашрлари тахририятлари олдига веб сайтларини яратиш вазифаси қўйилди. Бу бўйича масъул ташкилотлар томонидан тахририятлар учун турли ўқувлар, семинар-тренинглари ташкил қилинди. Натижада аксарият газеталарнинг веб-сайтлари яратилди. Дастлабки пайтларда муайян ютуқларга эришди ҳам. Биргина мисол. 2007 йилда Ўзбекистон Мустақил босма оммавий ахборот воситалари ва ахборот агентликларини қўллаб-қувватлаш ва ривожлантириш жамоат фондининг ёрдами билан «Зарафшон» газетасининг интернетдаги манзили www.Zarnews.uz ишга тушди. «Эътироф — 2009» ижодий танловида газетанинг веб сайти – www.zarnews.uz «Босма нашрнинг энг яхши веб сайти» номинацияси ғолиби бўлди. www.zarnews.uz сайти газета каби ҳафтасига 3 маротаба янгиланадиган бўлди. (Кўчқоров 2014) Ахборот майдонидаги ўзгаришларга мослашишга ҳаракат қилаётган бундай нашрлар қаторига Андижоннинг “Андижоннома”, Фарғонанинг «Фарғона ҳақиқати», Бухоронинг “Бухоронома”, Тошкент вилоятининг «Тошкент ҳақиқати», Навоийнинг “Дўстлик байроғи”, Қорақолпоғистон Республикасининг “Эркин Қарақолпоғистон” сингари газеталарини ҳам киритиш мумкин. Шунингдек, “Марғилон ҳақиқати”, “Янги Фарғона”, “Қизилтепа тонги”, “Оҳангарон ҳаёти”, “Наманган садоси”, “Иштихон овози”, “Самарқанд овози” каби туман ва шаҳарнинг босма нашрлари ҳам миллий медиа маконнинг замонавий тенденцияларини ўзлаштиришга интилмақда.

–Бизнинг “Иштихон овози” газетаси ўтган йилдан бошлаб ана шу тамойил бўйича фаолият олиб бормоқда,- дейди газета мухбири Матлуба Раббимова. – Тахририятимизда 11 нафар, шундан 6 нафари ижодий ходим, журналист ишлайди. Ўтган йилдан газетамиз фаолияти жиддий қайта кўриб чиқилди. Босма нашр билан бирга сайт фаолиятига катта эътибор қаратилиб, ҳар куни янгиланиб бориляпти. Телеграмда мобил иловани йўлга қўйдик. Ҳозир мингга яқин фойдаланувчимиз бор.

Миллий матбуот интернетни соғлом рақобатчи ОАВ тури сифатида кўриб, унга мослашиш, ҳар бир нашр фаолиятига бошқарув ва маркетингнинг замонавий усулларини жорий этиш, энг муҳими, халққа керакли ва қизиқ мавзуларни профессионал тарзда ёритиши ва бунинг учун журналистларга эркин ижодий муҳитни ярата олиш бугунги дав-

нинг асосий талаби. Айниқса, мамлакатимиз аҳолисининг катта қисмини ёшлар ташкил қилади. Уларнинг аксарияти газета ўқишдан кўра интернетдан, турли гаджетлардан фойдаланишни афзал кўради. Уларни интернет орқали газетга жалб қилишнинг турли усуллари мавжуд. Бунинг учун ҳар бир бош муҳаррир ўзи интернетда фаол бўлиши, унинг имкониятларини таҳририят ишига татбиқ эта олиши зарур.

Хулоса

Жаҳон тажрибаси босма ва интернет нашрлари бир-бирини тўлдирувчи, бойитувчи манбалар деб қараш лозимлигини тақозо этмоқда. Миллий матбуот интернетни соғлом рақобатчи ОАВ тури сифатида кўриб, унга мослашиш, ҳар бир нашр фаолиятига бошқарув ва маркетингнинг замонавий усуллари жорий этиш, энг муҳими, халққа керакли ва қизик мавзуларни профессионал тарзда ёритиши ва бунинг учун журналистларга эркин ижодий муҳитни яратга олиш бугунги даврнинг асосий талаби. Айниқса, мамлакатимиз аҳолисининг катта қисмини ёшлар ташкил қилади. Уларнинг аксарияти газета ўқишдан кўра интернетдан, турли гаджетлардан фойдаланишни афзал кўради. Уларни интернет орқали газетга жалб қилишнинг турли усуллари мавжуд. Бунинг учун ҳар бир бош муҳаррир ўзи интернетда фаол бўлиши, унинг имкониятларини таҳририят ишига татбиқ қила олиши зарур.

Мамлакатнинг бўлаётган воқеалардан аҳолини хабардор қилишда босма нашрлар қатори уларнинг веб-сайтлари ҳам ривожланган бўлиши лозим. Бу билан ўша ердаги воқеалардан наинки Ўзбекистон аҳолиси, балки бутун дунё воқиф бўлади. Шундай экан ҳар бир нашрнинг глобал маконда ўзининг глобал ўринга эга бўлишнинг фурсати етди.

Фойдаланган адабиётлар:

Прохоров Е. П. Региональные СМИ в информационном пространстве России // Журналистика сегодня: достижения, проблемы, перспективы. Материалы научно-практической конференции. — Екатеринбург, 1999. — С. 45.

Киришин Б.Н. Региональная пресса: актуальные тенденции национального медиарынка // Вестник Челябинского государственного университета. — Челябинск: 2009. №17 (155). — с. 42-45.

Рабочая книга редактора районной газеты. Под ред. Я.Н. Засурского. — М.: «Мысль», 1988. — с. 34.

Реснянская Л.Л., Свитич Л.Г., Фомичева И.Д., Ширяева А.А. Перспективы развития региональной прессы // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. — М.: МГУ, 1996 — № 3. — с. 3-19;

Николаев К. Кто что читает // Звезда. 1992, 12 декабря; Подписка закончилась, подписка начинается // Звезда. 1993, 17 декабря; Подписка-93 // Челябинский рабочий. 1992, 11 ноября.

Юсупов С. А. Газета кимга ва нега керак? XXI аср газетаси // 2018. 18 ноябрь. Жиддий» газеталарни нега ўқимаймиз? // “ Kun.uz ”. 19.07.2017.

АДАПТАЦИЯ ПЕЧАТНЫХ ИЗДАНИЙ К ИНТЕРАКТИВНО-КОММУНИКАТИВ-
НЫМ ПРОЦЕССАМ В УЗБЕКИСТАНЕ

Н.К. Ташпулатова, к.ф.н., профессор, Университет журналистики и массовых комму-
никаций Узбекистана

Аннотация: В данной статье отражено влияние процессов медиаконвергенции на деятельность печатных изданий, адаптация прессы к этим процессам, конкуренция с электронными изданиями, изменение содержания газет и журналов в современной информационной среде, интерактивно-коммуникативные взаимоотношения газет и журналы с аудиторией. Также были изучены и проанализированы коммуникативные функции жанров в условиях конвергенции медиа на примере интервью.

Ключевые слова: пресса, издание, газета, журнал, медиаконвергенция, содержание, жанр, конкуренция, аудитория, интерактивность, коммуникация.

ADAPTATION OF PRINT PUBLICATIONS TO INTERACTIVE-COMMUNICATIVE
PROCESSES IN UZBEKISTAN

N.K. Toshpolatova, Ph.D. professor, University of Journalism and Mass Communications
of Uzbekistan.

Abstract: The article reflects the influence of media convergence processes on the activities of print publications, the adaptation of the press to these processes, competition with electronic publications, changes in the content of newspapers and magazines in the modern information environment, interactive and communicative relationships between newspapers and magazines and the audience. The communicative functions of genres in the conditions of media convergence were also studied and analyzed using the interview as an example.

Keywords: press, edition, newspaper, magazine, media convergence, content, genre, competition, audience, interactivity, communication.

Your comments are
welcome!
Info@uzjok.uz
+99 812 245 67 69
UZJOK.UZ