

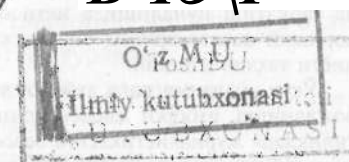
РЕПОРТЁРЛИК ФАОЛИЯТИНИНГ НАЗАРИЯСИ ВА АМАЛИЁТИ

РЕПОРТЁРЛИК ФАОЛИЯТИНИНГ НАЗАРИЯСИ ВА АМАЛИЁТИ

УҚУВ ҚУЛЛАНМА

4/3

Б ЧЭ\F



1!Ш



Ушбу қўлланма ЮНЕСКО ташкилотининг Ўзбекистондаги ваколатхонаси ҳамда ЮНЕСКО ишлари бўйича Ўзбекистон Республикаси Миллий комиссиясининг молиявий ёрдамида Тошкент Ахборот манбаи маркази томонидан нашр этилди

Р-41 РЕПОРТЁРЛИК ФАОЛИЯТИНИНГ НАЗАРИЯСИ ВА АМАЛИЁТИ

Ўқув қўлланма. Қ. Т. Эрназаров умумий таҳрири остида.

МУАЛЛИФЛАР: М.Улуғбек номли Ўзбекистон Миллий университети журналистика факультети доцентлари Қ. Т. Эрназаров, Ё. М. Маматова, И. Э. Тошалиев, ЎзР Олий ва ўрта махсус таълим вазирлиги халқаро алоқалар Бош бошқармасининг мутахассиси Ш. Қ. Эрназаров.

УДК 07.01(575.1)

Мазкур ўқув қўлланмада журналистикада энг тезкор фаолият сифатида тан олинган репортер ижоди технологиясига оид назарий қоидалар ҳамда амалий тавсиялар ўз ифодасини топган. Унда янгиликларни тўплаш, тайёрлаш ва тарқатиш йўналишида ихтисослашган Ватанимиз ва хорижий давлатларнинг етакчи журналистларининг амалиёти таҳлил этилган.

Ўқув қўлланма янги ахборот технологияларининг ривожланиши, ахборот жараёнларининг глобаллашуви «янгиликлар» журналистикасига бевосита таъсир этаётганлиги эътиборга олинган ҳолда ёзилган.

Ўқув қўлланма олий таълим тизимидаги журналистика факультети ва бўлимлари бакалавр, магистр - талабалари, аспирант, профессор-ўқитувчилари ҳамда ОАВ ходимлари учун мўлжалланган.

МУНДАРИЖА

Сўз боши ўрнига

1-мавзу. Журналистнинг касбий-ахборий маданияти

Ахборот журналистиканинг асоси.....	17
Ахбороттушунчаси: талқиниватавсифи.....	17
Ахборотнинг асосий хусусиятлари.....	19
Ахборотнинг ижтимоий моҳияти.....	22
Сиёсий ахборот.....	24
Журналист ахбороти ва унинг ижтимоий моҳияти.....	28
Ахборот ва янгилик тушунчалари муносабатдорлиги.....	34
Ғарб ахборот назариялари.....	38
Оммавий ахборотнинг асосий меъзонлари.....	43
Оммавий ахборот манбалари ва ахборот излаш маданияти.....	56
Ҳуқуқ журналистнинг ахборот маданиятини шакллантириш омили сифатида.....	63
Узатилаётган ахборот мазмунидаги чеклашлар.....	64

2-мавзу. Интернет — ОАВнинг янги тури сифатида

Интернет - универсал умумяхборий муҳитдир.....	77
Интернет кенгайиши ва Ўзбекистон учун унинг аҳамияти.....	88
Ахборот жараёнларининг глобаллашуви ва унинг журналист ижодига таъсири.....	90

3-мавзу. Ахборот хизматлари

Ахборот етказувчилар.....	96
Журналист фазилатлари.....	98
Газета муҳарририятларининг янгиликлар бўлими.....	99
Радионинг ахборот дастурлари.....	108
Телевидениенинг ахборот дастурлари.....	111
Ахборот агентликлари.....	114
Ахборот агентликлари тарихига бир назар.....	115
Ўзбекистон ахборот агентликлари.....	118

4-мавзу. Оммавий алоқалар

Оммавий алоқалар тарихидан бир шингил.....	121
Ўзбекистонда Оммавий алоқалар.....	124

*Мирзо Улуғбек номли
Ўзбекистон Миллий университетининг
85 йиллигига бағишланади*

СЎЗ БОШИ ЎРНИДА

Хозирги замонни тавсифловчи янги йўналишлардан бири ахборот жараёнларининг глобаллашувидир. Кўпчилик бу жараённинг моҳиятини фахмлаб улгурганича йўқ, бинобарин, унинг оқибатларини олдиндан башорат қилиш ҳам қийин. Шунга қарамай, ягона ахборот майдонини яратиш борасидаги илк қадамлар, умуман, журналистика, хусусан, журналистика¹ таълими олдида янги-янги вазифалар қўйилмоқда. Бу вазифаларни ҳал этиш ОАВ (оммавий ахборот воситалари) самарадорлигини ва таъсирчанлигини таъминлаш, телевидение ва радиода, газета ва журналларда, ахборот ва реклама агентликларида, паблик рилейшнз хизмати ва матбуот бошқаруви муассасаларида малакали хизмат қила оладиган рақобатбардош мутахассисларни тайёрлаш муаммолари билан чамбарчас боғлиқ.

Ўтган XX юз йилликнинг энг муҳим муаммоларидан бири аҳолининг саводсизлигини тугатиш эди. Янги XXI юз йилликнинг асосий муаммоси янада мураккаброқ, янада қўлам-лироқ: компьютер саводсизлигини бартараф этишдан, глобаллашган ахборот майдонида ишлаш малакасини тарбиялашдан иборат.

Янги ахборот технологиялари, электрон ва мультимед воситалар, рақамли ва сунъий йўлдошли алоқа каналлари ИНСОН имкониятлари, унинг тафаккури, билими ва ижодий бунёдкорлиги самарасидир. Бу — ҳақиқат.

Айни пайтда учинчи минг йиллик репортерлари теран англаб оладиган яна бир муҳим ҳақиқат бор: Интернет ва бошқа янги ахборот тизимлари шунчаки янги коммуникатив воситаларгина бўлиб қолмай, жамиятни сифат жиҳатдан янги бир босқичга олиб чикувчи янгича ҳаёт тарзи, янгича фикрлаш йўсини ҳамдир. Бу янги тизимларни эгаллашни давр тақозо этмоқда. Уларни ўрганишдан, эгаллашдан четда туришни «Компас» журнали «узок ва кичик бир стан-

Давлат бошқарув идораларида хизматнинг асосий йўналишлари.....	127
Тижорат тузилмалари хизмат фаолиятининг йўналишлари.....	128
Хизматнинг ОАВларга нисбатан тактика ва стратегияси.....	130
ОАВда кампания нега керак?.....	130
Пресс-релиз ўз ичига қандай ахборотларни олиши керак?.....	131

5-мавзу. Оммавий аудитория репортёрдан нима кутади?

Оммавий аудитория қандай ахборотни кутади?.....	136
Журналистлар ўз реципиентларининг ҳақиқий манфаатлари, уларнинг қайфияти, интилишлари, фикр-ўйларини билишадими?.....	137
Ҳамма учун бирдай қизиқарли, ҳар томонлама универсал ахборот бўладими?.....	138
Мукаммал ахборотнинг сири нимада?.....	141
Аудиториянинг қизиқишларини қандай белгиларга қараб аниқлаш мумкин?.....	143
Аудитория ва репортёрнинг кутганлари доимо мос келадими?.....	148
Булар кимга мўлжалланган?.....	149
Аудитория қўламини қандай аниқлаш мумкин?.....	150
Репортёр меҳнатининг қулай формуласи борми?.....	152
Репортёр маънавий-маърифий тарбия масалалари билан шуғулланиши керакми?.....	153

6-мавзу. Репортёрнинг мулоқот маҳорати

Одамларга ҳеч қачон нописандлик билан қараманг. ...	156
Сухбатдошингиз қизиқтирган нарса ҳақида сўзланг....	162
Мулоқот чоғида реципиентнинг кутганларига таянинг....	165
Сухбатлашиш малакаси ва маҳоратини қандай эгаллаш мумкин?.....	171
Сухбатдан мақсад нима?.....	174
Сухбатдош билан нима ҳақида ва қандай гаплашиш мумкин?.....	182
Саволлар ҳам ҳар хил бўлади.....	184
Телеэкранда суҳбат қуришга тайёргарлик босқичлари. . .	195
Самимий алоқаўрнатиш зийнати.....	196

цияда муқим ҳолда ўта тезликда ғизиллаб ўтиб турган экспрессларни кузатиб қолиш»га ўхшатар экан, куйидагиларни таъкидлайди: «ҳаётнинг бугун илгаригига нисбатан ўта тезкорликда кечиши кишилар учун янгилик эмас. Бинобарин, мавжуд муаммоларни ҳал этиш учун, янгиликларни эгаллаш учун ҳам илгаригига нисбатан кам вақт ажратилган. Бу вақтдан унумли фойдаланиш бизнинг вазифамиздир».

Бу фикр ҳозирги замон ОАВ фаолияти самарадорлигини ошириш учун жаҳон тажрибаси мезонларига жавоб бера оладиган янги мутахассисларни тайёрлаш нуктаи назаридан муҳим аҳамият касб этади. Айни мана шу вазифа Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг «Журналист кадрларни тайёрлаш ва қайта тайёрлаш тизимини такомиллаштириш тўғрисида»ги Қарориди (1991 йил 26 февраль), Ўзбекистон Республикасининг «Таълим тўғрисида»ги Қонунида (1997 йил 29 август) алоҳида таъкидланган.

«Оммавий ахборот воситалари мамлакатда юз бераётган жараёнларга турлича қарашларни эркин ва ҳолис ифодалашга қодир бўлиши, ҳокимият билан жамият ўртасида ҳолис воситачи бўлиши ва муҳими, инсон ҳамда жамият манфаатларининг фаол ва изчил ҳимоячиси бўлиши учун профессионал журналистлар ва оммавий ахборот воситалари ходимларини тайёрлаш жараёнини қайта кўриб чиқиш, ишлаш ва етказишнинг замонавий усуллари ва воситаларини ўзлаштиришда, уларга ёрдам бериш зарур».¹

Президентимиз И.А.Каримовнинг ушбу кўрсатмалари «Эски қолипда мустабид даврда ёзилган дарсликлардан воз кечиб, «Биз дарслик яратишга энг илғор ва энг шарафли вазифа сифатида қарашимиз, яхши дарслик яратган одамларни бошимизга кўтаришимиз керак» деган фикрлари билан узвий боғлиқ бўлиб, бажариладиган ишлар қўламини ҳам тавсифлаб беради.

Шуни ҳам алоҳида қайд этиш зарурки, университетларда репортерлар тайёрлаш таълими мустаҳкам асосларга эга. Бу бугунги кун талабларидан нафақат ахборот технологиялари ва чет тилларнигина эмас, балки фалсафий, ижтимоий, адабий, тарихий, иқтисодий ҳуқуқий, руҳий, жуғрофий, сиё-

¹ И.А.Каримов. Ўзбекистон XXI аср бўсағасида: хавфсизликка^ таҳдид, барқарорлик шартлари ва тараққиёт қафолатлари. — Тошкент: Ўзбекистон, 1997, 558-бет.

сий фанлар соҳасига оид билим ва малакага эга бўлишни ҳам талаб этмоқда; мутахассислик фанларини айникса, репортерлик фаолияти ва маҳорати курсини ўзлаштиришга алоҳида талаблар қўймоқда.

Репортёрлик маҳорати илмий-амалий курс бўлиб, унда маърузалар талабаларнинг мустақил назарий ва амалий таҳлилий ва талқиний ишларини ҳам ўз ичига олувчи семинар машғулотлари билан уйғун бир тарзда амалга оширилади.

Талабаларнинг мустақил шахсий изланишларида юзага келган муаммоли саволларга семинар машғулотларида, коллоквиумларда (маслаҳат соатларида ҳам) жавоблар излаш назарда тутилади.

Шу жиҳатдан «Репортерлик фаолияти назарияси ва амалиёти» деб номланган ушбу дасрлик бакалаврият талабалари, магистратура тингловчилари, аспирантлар, шунингдек, ОАВ муҳарририятлари фаолиятига дахлдор мисоллар билан кизикувчи барча ўқувчилар учун муҳим илмий-таълимий манба вазифасини ўташи мумкин. Дарсликда ахборот назарияси ва амалиётининг вақтли матбуот, телевидение, радио, ахборот ва реклама агентликлари, шунингдек, оммавий алоқалар ҳамда ахборот бошқаруви хизматлари соҳаларига бевосита дахлдор муаммоларни қамраб олишга ҳаракат қилинди.

Чунончи, «ахборот», «янгилик», «ижтимоий ахборот», «ахборот турлари», «ахборий эҳтиёжи», «ахборий тезкорлик», «мулоҳазавий ахборот», «репортернинг ахборий маданияти», «Интернет», «оммавий аудитория», «ОАВ янгиликлар бўлими», «паблик рилейшнз», «қасбий мулоқот» каби кўплаб махсус тушунчалар батафсил тавсифлаб берилди. Вақтли матбуот ахборотининг ўзига хослиги, унинг телерадио ва Интернет ахборотларидан фарқи жиҳатлари, шунингдек, янги ахборий технологиялар ва жаҳондаги ахборот агентликлари фаолиятини ёритишга алоҳида эътибор берилди.

Ахборотни излаш, қўлга киритиш, қайд этиш, сақлаш, шарҳлаш ва тарқатиш жараёнлари ҳақида муайян тушунчалар берилди. ОАВда фактик материал билан ишлашда қўлланиладиган ва синовдан ўтган технологиялар, усуллар ва тартиблар тавсия этилди: репортер одоб-ахлоқининг ижодий намунаси

шарҳлаб берилди. Намуна эса, қоидага қўра такрорланиш, кенг қўлланиш, одатий ҳатти-ҳаракат сифатида идрок этилиш хусусиятларини ўзида мужассам этмоғи лозим.

Тавсия этилаётган мазкур дарслик, муаллифларнинг фикрича, Ватанимиз журналистикасида қарор топган қоида ва андозалар билан бир қаторда, ахборот олишнинг ноанъанавий тутумлари хусусида баҳс юритганлиги билан ҳам эътиборга молик. Бу хорижлик етакчи репортерларнинг, ахборот хизмати ва алоқа каналларининг иш тажрибалари танқидий нуктаи назардан бир жойга жамланганлиги ва ижодий жиҳатдан қайта фаҳмланганлиги билан ҳам изоҳланади.

Дарсликда репортер меҳнати фақат ахборий фаолият билангина (у қанчалик аҳамиятли бўлмасин) чекланиб қолмаслиги, қўп қиррали, кенг қўламли касбий тажрибанинг таркибий қисми эканлигини кўрсатувчи жиҳатларга алоҳида эътибор қилинади; репортер меҳнати мураккаб ва машаққатли изланишларни тақозо этиши, ижтимоий қийматли фактларни танлай олиш ва уни ихчам ва таъсирчан ифода шаклига қўчириш малакаси ва маҳорати асосида юзага чиқиши ёритилди; ахборотнинг товар мақомидаги ўзига хослиги, тақдим этилаётган хабарнинг ахборот бозорида рақобатбардошлигини таъминлаш билан боғлиқ тушунчалар тавсифланди.

Ғарблик репортерлар «ўқувчиларини хабардор қилиш, уларга билим тарқатиб, маърифатли қилиш, кўнглини очиш, томоша қилдириш, муайян ҳатти-ҳаракатга даъват этиш каби вазифалар мажмуини ўз зиммаларига юкланганлигини аллақачонлардан бери идрок этиб келадилар.

Кенг қўламли масалалар доирасида янгиликнинг таърифи доирасида янгиликнинг таърифи ва тавсифига нисбатан умумтомонидан тан олинган тушунчалар ҳам мавжуд. Бу, асосан, қуйидаги ходисаларга тааллуқлидир: раемий ва номдор шахслар фаолияти; давлат фаолиятининг турли соҳалари; янги ёки ғайриодатий ходисалар (масалан, жиноят ёки фалокатлар); ҳижолатга қўювчи ёки хис-ҳаяжонга солувчи сирнинг очилиши — фош этилиши (секс ёки жанжаллар каби) ва янги ижтимоий йўналишлар».¹

¹ Каранг: Раскреповденная пресса. АҚШ Ахборот агентлиги, 1992. С.-7-8.

Бу масалалар муносабати билан дарсликда миллий минталитетни ҳисобга олиш зарурлигини, хусусан, Ватанимиз репортерлари бундай ҳолларда қандай йўл тутса мақсадга мувофиқ бўлиши ҳақидаги тавсияларга ҳам ўрин берилди. Шунингдек, муаллифларнинг қалам, микрофон, телекамера билан фаолият юритувчиларнинг зарур ифода шакллари излаш билан боғлиқ қузатишлари ҳам илмий ва амалий аҳамиятга эга. Хусусан, улар яқин ўтмишда ва бугунги кундаги - тоталитар тузум ҳамда демократик тараққиёт даврларидаги - журналистлар меҳнатидаги фарқли жиҳатларни аён мисоллар таҳлили асосида кўрсатиб беришга ҳаракат қилганлар. Ошкора-очиқ фуқаровий жаҳият қуриш, бозор муносабатларига асосланган ҳуқуқий давлатни барпо этиш шароитида оммавий ахборий мулоқотнинг ўрни, ижтимоий ва маънавий вазифалари хусусида мулоҳаза юритганлар. Ўзбекистондаги оммавий ахборот воситаларининг шўролар тузumi даври ғоявий ва сиёсий ташвиқот зуғуми таъсирида қарор топган қоида ва андозалардан ҳалос бўлиш жараёнидаги ўзига хос хусусиятлар, ҳуқуқий ва мафкуравий шарт-шароитлар алоҳида таҳлил қилинган. Яқин ўтмишда репортерлар ташвиқотчи, тарғиботчи ва ташкилотчи, сиёсат ва фирқа жарчи сифатида меҳнат қилишган бўлишса, ҳозирги ижтимоий шароитда улар ҳолис ва ҳаққоний янгиликларнинг бетараф узатувчилари сифатида намоён бўлмоқдалар.

Ижтимоий-касбий фаолиятдаги бундай янгиланиш жараёнлари ҳам махсус таъкидлаб ўтилган.

Дарслик муаллифлари унда баён қилинган мулоҳаза ва ҳулосаларнинг, тавсия ва маслаҳатларнинг мутлоқ исботланган, барқарор ва ўзгармас ҳақиқатлар эканлигини даъво қилиш фикридан йироқ. Унда аввало, киёмига етмаган нуктаи назарлар, мунозара талаб мулоҳазаларнинг бўлиши табиий бир ҳол. Иккинчидан, баён қилинган қоида ватасиялар бугунги куннинг тезкор ўзгарувчан талабларига мувофиқ қайта фаҳмлашни, янгилашни, қўшимчалар қириштишни ҳам тақозо этади. Учинчидан, репортерлик фаолиятининг ҳуқуқий асосларга мувофиқлик майдони, касбий маданий ахлоқи ҳамда малака ва маҳорати муаммолари жиддий илмий-назарий тадқиқотлар ашёси бўлганича йўқ.

ТТў боис илк тажриба сифатида яратилган ушбу дасрлик ҳақидаги ҳолис танқидий фикр-мулоҳазаларни муаллифлар мамнуният ила қабул қилишади.

Муаллифлар «Репортер фаолияти назарияси ва амалиёти» номли мазкур дарсликнинг нашр этиш лойиҳасини қўллаб-қувватлаган ЮНЕСКОнинг Ўзбекистондаги ваколатхонаси ҳамда ЮНЕСКО ишлари бўйича Ўзбекистон Миллий комиссиясига ўзларининг самимий миннатдорчиликларини билдирадилар.

1-МАВЗУ. ЖУРНАЛИСТНИНГ КАСБИЙ- АХБОРИЙ МАДАНИЯТИ

Умуммиллий, умуминсоний маданиятнинг хусусий-таркибий кўринишлари силсиласида муайян касб-корга (мас, сиёсат, табобат, тижорат, қурувчилик ёки муаллимлик ва б.) хос бўлган ихтисослик (касб) маданияти ҳам мавжуд. Мана шу нуктаи назардан журналист ихтисослиги маданияти — журналистнинг касбий маданияти хусусида алоҳида баҳс юритиш қонуний бир ҳолдир. Бу маданият моҳият эътибори билан, журналистнинг ахборот устида ишлаш ва уни узатиш фаолияти билан бевосита боғлиқ. Шу боис уни **журналистнинг ахборий маданияти** деб аташ ҳам мумкин.

Ахборий маданият қанчалик юқори бўлса муҳарририят ижодий ходимлари узатган ахборот ҳам шунчалик мазмунли, эътиборли ва самарали бўлади.

Шуниси ҳам борки, ахборий маданиятга ОАВларнинг барча турларида бир хилда амал қилинавермайди.

Чакказарб, жиртаки «сарик» (ёки, бульвар) матбуот журналисти билан давлат таъминотидаги расмий матбуот ижодий ходимининг касбий-ахборий маданияти ўртасида катта фарқ бор. Юқори мақомдаги эътиборли ОАВлари ҳамда тадбиркор-тижорат ОАВлари ходимлари ахборий маданияти ҳам бир хил эмас. Илмий-оммабоп ҳамда соҳавий-касбий ахборот каналлари ахборотни танлаш ва ишлашда ўзига хос тамойилларга асосланади.

Оммавий ахборот воситалари турли кўринишларида фаолият олиб борувчи журналистлар касбий-ахборий маданиятининг бу хилда тоифаланиши масаласи тадқиқотчилар томонидан шу кунгача тавсифлаб берилган эмас.

Шунга қарамай, мазкур муаммонинг мавжудлиги аён ҳақиқат. Чунончи захил — «сарик» матбуот тижорий журналистика тоифасига мансуб. Аммо Ғарб мутахассисларининг баъзилари захил — «сарик» матбуотни ҳам оммавий маданият (америкалик ва европалик тадқиқотчилар «оммабоп маданият» деб ҳам аташади) нинг узвий таркибий қисми ҳисоблашади. Бошқалари эса уни ҳатто сохта, қалбаки маданият (субкультура) сифатида талқин этишади.

Лекин, шуниси аниқ-ки, заҳил-«сарик» матбуотни ҳам журналистлар яратади. Шундай экан, бу журналистларнинг ахборий маданиятини улар ишлаётган ОАВ ларининг тури, йўналиши, мазмуний ва ғоявий даражасига мувофиқ тарзда тавсифлаш ва таснифлаш (фарклаш) зарурати табиий равишда келиб чиқади.

Бинобарин, турли муқобил нашрлар, хусусан, сиёсий партиялар матбуоти журналистларининг фикрлаш тарзи ҳамда касбий-ахборий маданиятидаги ўзига хослик моҳиятини тушуниш муҳим аҳамият касб этади. Демократия ривожланган мамлакатлар тажрибасидан маълумки, дастурий ғояларни, мафкуравий нуктаи назарларни ва концепцияларни тарқатиш борасида оммавий аудитория учун кураш кучайган кўпфиркалилик шароитида муҳолиф сиёсий кучлар матбуоти турли усул ва воситалардан фойдаланадилар: муҳолиф томонни, айниқса, уларнинг раҳбарларини обрўсизлантирувчи турфа хил ёлғон-яшиқлар ҳақиқат сифатида талқин этилади. Бундай вазиятларда репортёрлар ўта аччиқ ва кўпол сўзлар ишлатишдан, кескин ва ғаразли баҳо беришдан, ҳиссиётга йўғрилган насихатомиз оҳангдан сакланишлари лозим. Муҳолиф томонни асоссиз айблашни, уни ҳақорат қилишни демократиянинг ифодаси сифатида тушуниш ва шу ақидага амал қилиш жамиятда қарор топган ахлоқий маромлар ва муносабатларнинг бузилишига олиб келади.

Журналистлар қандай ОАВларда ишлашидан қатъий назар, муайян ижтимоий-маънавий кадриятларни, ахлоқий аҳкомларни муҳофаза қилувчи ва тарғиб этувчи касб эгалари эканликларини ёдда тутишлари зарур. Айни пайтда журналистлардан ОАВ фаолиятини тартибга солувчи қонунларда ва халқаро ҳужжатларда белгилаб қўйилган муайян ахлоқий тамойилларга риоя қилиш талаб этилади.

Шуни ҳам алоҳида таъкидлаш керакки, журналистнинг касбий-ахборий маданияти кўп жихатдан унинг ижтимоий, таълимий, тарбиявий омиллар асосида шаклланган **умумий маданий даражаси** билан боғлиқ (бунда унинг муайян маданий муҳитда — оилада, маҳаллада, мактабда ва мактабгача бўлган муассасаларда олган тарбияси, билими, тажрибаси муҳим аҳамият касб этади). Журналист шахсининг устувор сифати бўлмиш умумий маданийлик даража-

си унинг касбий маданиятининг муайян жихатларини тайин этувчи муҳим имкониятдир. Шу боис ҳам маънавий-мафкуравий жихатдан эътиборли матбуот журналистлари заҳил («сарик») ва бошқа ғоясиз ОАВ таҳририятларида ишлашни ўзларига эп қўрмайдилар. Айни пайтда бундай матбуотда ишлаган журналистлар аксарият ҳолларда эътиборли ахборот воситаларида ишлаш учун таклиф этилмайди ҳам.

Баъзан шахснинг умумий маданияти унинг ихтисослик маданияти талабларига мувофиқ келмаслиги ҳам мумкин. Бундай ҳол, одатда, маълум фавқулудда ҳоллар тақозоси билан хизмат манфаатлари устуворлик касб этганда юз беради; журналистдан эса ўз эътиқоди ва ахлоқий тамойилларига зид ҳаракат қилиш талаб қилинади, шу боисдан ҳам «ким пул тўласа, мўсикани шу танлайди» тамойилига амал қилган баъзи журналистлар таъсисчи ёки бош муҳаррир тавсия этган истаган бир мавзуга ўйлаб ўтирмай қўл ураве-радилар. Ахлоқан юксак, маънан бой журналистлар эса, гарчи «буюртмачи» билан ораси бузилиб қолишини билсалар ҳам, бундай мавзулар устидан ишлашдан воз кечадилар. Шуни ҳам таъкидлаш керакки, бугунги кун ахборий жамиятда журналистни ҳар қандай ахборотни ҳар қандай адресатга узатишга ҳозир у нозир коммуникатор сифатидагина тушуנוвчилар ҳам, афсуски, йўқ эмас.

Журналистнинг ахборий маданияти ва фикрлаш маданияти масалалари кейинги йилларда тадқиқотчилар эътиборини ўзига тобора кўпроқ жалб этмоқда. Бу албатта, инсониятнинг ахборий жамиятга, ахборот технологияси ва глобал компьютер тармоқлари, интерфаол телевидение, электрон алоқа воситалари асрига қадам қўйганлиги билан боғлиқ. Замонавий мулоқот(коммуникация) воситалари билан ишлаш малакасига эга журналистгина ўзини юқори маданиятли мутахассислар сирасига қўшиши мумкин. Бугунги кун журналисти ижодий меҳнатини бундай малака ва маданиятдан холи ҳолда тасаввур қилиб бўлмайди. Шў жихатдан Санкт-Петербурглик тадқиқотчи С.В.Смирновнинг қуйдаги фикри эътиборлидир:

«Ахборий маданият» атамасининг илмий истилоҳ сифатида ишлатилаётганлигига кўп бўлгани йўқ. Бинобарин, у назарий-методологик жихатдан ҳам тўлиқ ва атрофлича

тасвирлаб, асослаб берилган эмас. Чунончи, Г.Г.Воробьевнинг таъкидлашича, «ахборий маданият, бу — ахборий таъкиддан фойдаланиш, ахборий вазиятни таҳлил қилиш ва ахборот тизимини янада самаралироқ қилиш малакасидир».¹

В.З.Коган ва В.А.Ухановлар ўзларининг «Человек: информация, потребность» номли ишида мазкур тушунчанинг таъкидчилар томонидан турлича таъкид этилишини тавсифлаш асосида қуйидаги хулосага келадилар: «Ахборий маданият» ахборий салоҳият ва ижодий ахборий фаолиятнинг биринчи белгиси бўлиб, у шахсларнинг ахборот яратиш ва уни сақлаш ҳамда ундан фойдаланиш жараёнларидаги ўзаро хабарлашув муносабатлари орқали юзага чиқди: мазкур тавсиф, назаримизда, нисбатан мукаммал ва истилоҳий жиҳатдан асосли қўринади».²

Ахборий маданиятни ижтимоий ҳодиса сифатида, аввало, жамиятдаги маданият ҳақидаги тасаввурлар, умумий маданият муҳитидаги ўзаро узвий муносабатлар асосидагина тўғри тушуниш мумкин. Айни мана шу асос ахборий маданиятнинг умумий ҳамда махсус ихтисосий моҳиятини аниқлаш учун замин ҳозирлайди.

Шуни ҳам эътиборда тутиш керакки, XX юз йилликца алоқа қилиш (мулоқот) вазиятлари сезиларли ўзгаришларга учради, бу, ўз навбатида, ОАВлари таъсири остида маданиятнинг мавжудлик шакллари, уларнинг мазмуни ҳамда вазифаларига ҳам муайян ўзгаришлар киритди.

Бугунги кун оммавий мулоқот воситалари миллий ва умуминсоний маданиятни, илмий, маънавий, бадиий, ахлоқий кадриятларни тарқатиб ва тақсимлабгина қолмай, ўзлари ҳам (масалан, телевидение) янги сифат ва моҳият касб этиб, мулоқотнинг мустақил турига айланиб бормоқда.

Ахборий-алоқавий маданиятни тавсифлар эканмиз, унинг нафақат юксаклиги ёки чиркин (паст) лигини, инсонийлиги ёки гайриинсонийлигини, махсус тоифавий ёки оммавийлигинигина эмас, балки унинг ривожланиш босқичлари билан боғлиқ ҳолда сунъий-афсонавий, оғзаки ёки босма, тасвирий (иконик) ёки аудиовизуал бўлиши мумкинлигини ҳам назарда тутиш керак бўлади.

¹ Қаранг: Основы информационной культурн. СПб, 1998, 63 б.

² Ўша жойда.

Ҳозирги давр ахборий маданияти соҳасида юз бераётган жараёнларни таъкид ва таҳлил қилишда ахборот узатишнинг аён тарихий-ижтимоий вазиятдан, муайян маънавий-ахлоқий кадриятлардан ташқарида мавжуд бўлмаслигини ёдда тутишимиз керак. Бундай объектив омиллар туфайли ахборий маданият эркин ривожланиши ёки, аксинча, ўз моҳиятини ўзгартириб, бузилишга юз тутиши ҳам мумкин.

Баъзан аён ҳаётий вазиятларда аҳолининг муайян тоифаси нафақат ахборий маданиятгагина, балки умуминсоний маданиятга ҳам лоқайд муносабатда бўлиши ҳам фавқулудца ҳол эмас. Масалан, XX юз йиллик охирида яқин келажакда адабий-жаридавий маданиятнинг барҳам топиши мумкинлиги ҳақидаги фикрнинг кескин тарзда ўртага қўйилиши шундан далолат беради. Ахборий жамият даврига кадам қўяётган инсониятнинг бунга йўл қўйиши асло мумкин эмас.

Ахборий маданиятнинг тубанлашуви туфайли юзага келиши мумкин бўлган ижтимоий ва маънавий оқибатлар тасаввур этилар экан, инсониятнинг бу соҳадаги тарихий тажрибаси ҳисобга олиниши лозим. Чунончи, кинорежиссёр Фредерико Феллинининг 1985 йил 15 ноябрда Италия Республикаси президенти Франческо Коссига резиденциясида, Квиринали саройида намойиш этилган «Джинджер ва Фред» номли кинопамфлетида дунёдаги «барча маданиятларда бузилиш» юз бераётганлиги қўрсатиб берилган эди.

Бундай «бузилишлар», тубанланишлар одатда аудиовизуал ахборий тажовузлар, маданий геноцид, ахборий блокада, ахборий қўпуровчилик, ахборий уруш ва ахборий босқинчилик (экспансия) сифатида намоён бўлади.¹ Бундай ҳолларнинг қайта такрорланмаслиги учун журналист нафақат юксак касбий-ахборий маданиятгагина, фуқаролик журъати ва жасоратигагина эмас, балки **юксак фикрлаш маданиятига ҳам эга бўлиши зарур**. Фикрлаш маданиятига эга бўлмаган журналист компьютермонанд роботга, ёки дунёнинг маълум минтақасидаги ижтимоий-сиёсий ва ахборий вазиятни кескинлаштиришга уринаётган кучлар қўлидаги механик қуролга (хатто манқуртга) айланиб қолиши мумкин.

¹ Қаранг: Основн информационной культуры. СПб, 1998, 63 б.

Тадқиқотчи олимларнинг таъкидлашларича, «хабардор бўлиш ва хабардор қилишга бўлган юксак эҳтиёж, замонавий оммавий мулоқотнинг техникавий воситалари талаблари ва имкониятлари даражасида ахборот устида ишлай олиш қобилияти, малака ва маҳорот каби сифатлар...» ижодий шахс ахборий маданиятининг умумий-ижтимоий ҳамда асосий касбий кўрсаткичларидандир. «Ахборотнинг ўзи нима?» деган саволга жавоб топмай туриб, «ахборий маданият» тушунчаси моҳиятини тўлиқ ва тўғри фаҳмлаш қийин.

АХБОРОТ ЖУРНАЛИСТИКАНИНГ АСОСИ

Ахборот тушунчаси: талқини ва тавсифи

Илмий доиралардаги баҳс-мунозараларда мазкур тушунча талқини ва тавсифи борасида ҳануз аниқ бир тўхтамга келинган эмас. Турли соҳа (кибернетика, математика, физика, мантик, психология, биология, генетика) олимларининг бу тушунча ҳақидаги талқинлари бир-биридан фарқ қилади. Чунончи, кибернетика асосчиси Н. Винер назариясига мувофиқ, «ахборот, бу — ахборотдир, у моддият (материя) ҳам эмас, қувват (энергия) ҳам эмас».¹ Физиклар эса ахборотни моддият ва қувват тоифасидаги ходиса сифатида талқин этишади. Математиклар нуктаи назаридан, ахборот воқеликда мавжуд бўлмаган, шакл билан ҳам, мазмун билан ҳам боғлиқ бўлмаган мавҳумот, абстракт миқдордир. Файласуфлар эса, аксинча, уни моддиятнинг энг муҳим хусусиятларидан бири сифатида тавсифлашади. Генетиклар талқинида ахборот наслий белгилар ворислигини таъминловчи универсал схемадан иборат.² Бу хил тавсифу талқинларнинг барчаси ҳар бир фан соҳаси олимлари нуктаи назарига мавофик ўз изоҳига эга ҳамда асослидир. Айни пайтда бу нуктаи назарлардан келиб чиқадиган умумий маҳраж — муҳим ҳулоса шундаки, тирик ва ўлик табиатнинг, жамиятнинг, техникавий тизимлар (ва бошқалар)нинг барчаси асосида ахборот мавжуддир; у ўзини рамзлар, ишоралар, символлар, код ва белгалар ёки шакл, ҳажм, ёруғлик, шунингдек, ҳис-туйғулар, хоҳиш ва истаклар воситасида намоён қилади.

Социологларнинг уқтиришича, ахборот канчалик кўп тўпланса, жамият ҳам шунчалик тез ривожланади. Ахборотни барча ибтидоларнинг ибтидоси (доминантаси) сифатида тавсифловчи олимлар ҳам бор.³ Бунда улар асосан

¹ Винер Н. Кибернетика или Управление и связь в животном и машине. 2-чи нашр. М.: Наука, 1983, 340-6.

² Мельник Г.С. О природе и сущности информации. // Основы информационной культуры, 4-8 б.

³ Юдин Н.И. Массовая информация: международное общение или подривная пропаганда. (маъруза). — М.: МО, 1987, 12-6.

ахборот олиш ва ахборот тарқатиш жараёнининг техникавий (технократик) моҳиятидан келиб чиқади. Ғарблик машҳур социолог Маршалл Маклюэн ана шундай олимлар тоифасига мансуб бўлиб, у тарихдаги барча ўзгаришларни алоқа воситалари тараққиёти орқали асослашга уринади. Унинг фикрича, воқелик — ҳеч нима, алоқа (коммуникация) эса ҳамма нарса: цивилизациянинг тақдири ахборот етказиб бериш тезлигига боғлиқ. Маклюэннинг таъкидлашича, Рим империяси коммуникация воситалари — папирус хати ва яхши йўллар — туфайлигина барқарор бўлган. У Мисрнинг чет элликлар томонидан босиб олинishi ва Римга папирус хатини олиб келувчи йўлларнинг бузилиши оқибатида инкирозга юз тутган. Бу ҳилдаги технократик ёндашув ахборотнинг ўзи эмас, балки **ахборот узатиш каналларини мутолқлаштиришдан бошқа нарса эмас**. Россияда эса «ахборот» тушунчаси етарли даражада тавсифлаб берилган. Унда ахборот «тақдим этилиш шаклидан қатъи назар, кишилар, нарсалар, фактлар, воқеалар, ҳодисалар ва жараёнлар ҳақидаги маълумот» сифатида изоҳланади.

«**Информация**» асли лотинча сўз бўлиб, баён қилиш, хабар қилиш, тушунтириш, маълум қилиш маъноларини аниқлатган. Бу тарихий-луғавий изоҳ истилоҳий тавсиф ўрнини боса олмайди. Чунки ижтимоий-маданий тараққиёт ахборот ҳақидаги тасаввурларни янги мазмун билан бойитган. Бу, ўз навбатида, ахборотнинг табиати ва моҳиятини талқин этиш борасида ягона бир тўхтамга келиш масаласини янада мураккаблаштирган. Чунончи, бу масалани махсус тадқиқ этган олимлардан бирининг таъкидлашича, ахборот билимдан ажралмасдир — билимнинг таркибий қисмидир.¹ Унингча, ахборот билимдир, у мавжуд бўлган мужмалликни, мавҳумликни бартараф этади. Айни пайтда, «хар қандай ахборот билим эмас ва хар қандай билим ахборот бўлмайди», деб ҳисоблайдиган олимлар ҳам бор.²

Ушбу таъкиднинг биринчиси эътироз тугдирмайди. Иккинчи қисми эса, мунозарали. Биринчидан, агар хар қан-

¹ Чечнев Б. Информационный обмен: к разработке диалоговой концепции информатизации общества. — Киев, 1990, 10-6.

² Афанасьев В.Г. Информация как ресурс управления // Кибернетика. Становление информатики. — М., 1986, 157-6.

дай билим ахборот бўлмаса, қандай билим ахборот бўла олади?, деган саволнинг тутилиши табиий. Иккинчидан, «ахборот» ва «билим» тушунчалари қай даражада ўзаро мунофиқлаша олади? Учинчидан, бу икки тушунчани ўзаро тенглаштириш ахборотнинг қўлланиш имкониятларини белгилашни чеклаб қўймайдими?

Қўпчилик экспертларнинг фикрича, **олдиндан маълум бўлмаган бирор нарса, ҳодиса ҳақидаги хар қандай хабар ахборот, деб аталади**. Мазкур тавсифни, бизнинг фикримизча, **ахборот, фактлар ҳақидаги хабардангина иборат бўлиб қолмай, инсон ички эҳтиёжи бўлиш мулоқотни таъминловчи алоқа қилиш амали ва фикр алмашиш жараёни ҳамдир, деб тўлдириш ва таҳрир қилиш мақсадга мувофиқдир**. Шундагина ахборотнинг табиати ва моҳиятини ҳам, унинг универсал мақомини ҳам, нисбатини ҳам аниқ ифодалаш мумкин. Зеро, ахборотни айни мана шу тарзда тушуниш журналист ижодий фаолияти моҳиятига мувофиқдир.

Ахборотнинг асосий хусусиятлари

Ушбу масалани тадқиқ этган Санкт-Петербурглик олима Г.С.Мельник куйидагиларни қайд этади: «Ахборот» ҳамма жойда қўптомонламалик (универсал) хусусиятига ҳамда аниқлаш-баҳолаш (атрибутив) сифатига эгадир. **Биринчидан**, ахборот алмашиш моддият ва ижтимоиятнинг бир бутунлиги сифатида доимий равишда юз беради... **Иккинчидан**, хар қандай ахборот бўлаканиш, майдаланиш, узик-юлуклик хусусиятига эга (дискет) бўлиб, хабар «бўлаклари», қисмлари кўринишида мавжуд бўлади ҳамда моддийлашган шакл (овоз, матн, тасвир)да ифодаланади ва қайд этилади. **Учинчидан**, ахборот оқими узлуқсиз ҳаракат қилади. **Тўртинчидан**, ахборот алмашишнинг аён ашёсига айланиши учун истеъмолга кириши ва ишлатилиш қиймати эга бўлиши зарур.

...Ахборот прагматик (баҳолаш) хусусиятига ҳам эга яъни уни узатувчи ва истеъмол қилувчига нисбатан муайян янгилик қийматини ва муносабатини касб этади.

«Ахборот истеъмолга киргунча мавжуд бўлган номаълумликни бартараф этувчи маълумотларнигина ифода этади, билмасликка, мавҳумликка барҳам берувчи ёки уни

камайтирувчи нарса ахборотдир», деган қараш кенг тарқалган.

Ахборотнинг фойдалиликдаражасини уни истёъмол қилувчи белгилайди. Ахборот ўз истёъмолчисини топган экан, демак, бу ахборот у учун муайян **қийматга эга бўлади**. Шунингдек, ахборотдан қўп марта, такрор-такрор фойдаланиш ҳам мумкин. Бу унинг **тадрижийлик, такрорийлик хусусиятига** эгалигидан келиб чиқади. Айни пайтда у **эскириши ва ўз «сигими» ва қўламини, қиймати ва аҳамиятини ўзгартириши ҳам мумкин**. Зеро, ахборот ҳам **даврийлик** қонуниятига бўйсунди: туғилади, шаклланади, муайян даврни ўтади, «қарийди» ва ўз қийматини йўқота боради¹. Бу хусусият ахборотга ижтимоий-тарихий нуктаи назардан ёндашишни ҳам тақозо этади.

Шахс ва жамият доимо муайян ахборий муҳитда мавжудир. «Ахборотнинг йўқлиги ҳам ахборотдир» кабиладаги мунозарали фикр ҳам моҳият эътибори билан аслида ушбу таъкидни тасдиқлайди. Ахборий биқиклик — ахборот оқимидан ажралиб қолиш ҳам ёлғон ахборот каби ҳар қандай жараёни орқага тортади, шахс ва жамият инкирозига сабаб бўлади.

Япониядаги Хитоцубаси дорилфунининг таникли профессор Нориюки Такаяманинг «Япония-Ўзбекистон» мавзудаги семинарда қилган қуйидаги таъкидларига эътибор қилайлик:

«Муассасанинг ҳар бир аъзоси ўз зиммасига юкланган вазифа ва мажбуриятни аниқ билиши учун уларнинг барчаси бир хилда, лавозимидан қатъи назар, бутун муассасага дахлдор маълумотлар ҳақида аниқ ахборотга эга бўлишлари зарур...

...Япониядаги истаган бир муассасага кадам қўяр экансиз, унинг ҳар бир аъзоси сизга айнан бир хил ахборот беради... бош раҳбарнинг йўқлигида эса истаган бир ходим унинг ўрнини боса олиши мумкин...

Японияда фақат раҳбарга маълум, аммо ходимлар билмайдиган ахборот бўлмайди. Бўлган тақдирда ҳам бу ниҳоятда чекланган миқдорда учрайди. Японияда шахсни жуда катта ахборотга эга бўлганлиги учунгина раҳбарлик ўрнида саклаб туриш мумкин эмас...

¹ Мельник Г.С. О природе и сущности информации. // Основн информационной культуры. 9-6.

Японлар, одатда, ахборот ва билим ходимнинг вазифаси ва мақомига яъни, лавозимига бириктириб, мустаҳкамлаб қўйилади, деб ҳисоблашади. Иш ўрнини ўзгартириш зарур бўлиб қолганда, у ўз ўрнига келадиган ходимга имкони борича батафсил ва тўлиқ ахборот беришга маъсул. Бу ишнинг аввалгидай бир маромда давом этишини таъминлайди. Японияда янги раҳбарнинг ишни ибтидодан бошлаши ёки фаолият мазмуни мундарижасининг ўзгариб кетиши, шунингдек, қўл остидаги аввалги ходимлар ўрнини алмаштириб, қайта таркибланиш ҳоллари ғайриодатийдир»¹. Ушбу фикрга яна шунингдек қўшимча қилиш керакки, Японияда ахборотнинг мақоми алоҳида олинган муассасалар доирасидагина эмас, балки бутун жамият миқёсида ҳам ниҳоятда юксакдир - «япон мўъжизаси» сирининг асосий омилларидан бири ҳам мана шунда. Дарвоқе, Кун чиқар мамлакат Конституциясининг махсус ва энг катта бўлимида қайд этилишича, ахборий камолатга эришган мукаммал жамият бўлган эмас, келажакда бундай жамиятнинг юзага келишини башорат қилишгина мумкин. Аммо шу нарса аниқ ва равшанки, ахборотнинг аҳамияти биз нафас олаётган хавонинг қийматига монандир.

Ахборот сиёсий-иқтисодий вазиятга эгалик қилиш демакдир. Шу боис ҳам ахборот қадим-қадимдан йўлбошчилар, қўриқчилар, шомонларнинг, умуман, сиёсат аҳлининг қисматида дахлдор бўлиб келган. Улар ихтиёридаги ахборотдан хабардор бўлиш омманинг ниҳоятда оз қисмигагина насиб этган.

Тоталитар тузумларда эса ахборот ўзгаришининг муайян миқдори ва мазмуни қатъий белгилаб қўйилган ҳамда у қисқартирилган ва мафкурага мувофиқ баҳоланган ҳолда тарқатилган. Халқ оммасига тақдим этилган ахборот ҳам «тафаккурни тозалаш»га йўналтирилган. Таълим жараёни ва ҳуқуқликлари интилиш ва бошқа ўзгаришлар тақозоси туфайлигина ахборий яққаҳокимликлари таъминлари муайян даражадагина таркибий қисми бўлган фуқаронинг ахборий

¹ Такаяма Н. О чем я думал в Узбекистане - Узбекистан с точки зрения японской модели. Маърузалар туркуми матни // Бозор иқтисодиётига ўтиш учун инсон ресурсларини қайта тайёрлаш соҳасидаги сиёсатни асосий йўналишларини шакллантиришда Ўзбекистон Республикасига ёрдам кўрсатиш бўйича ЛСА халқаро ҳамкорлик Япон агентлиги лойиҳаси. 1 жилд - Т.: Давл. Ва жам-т қурил. Акад. 2000, 11-12 б.

эркинлигини таъминлаш ва давлат маъмурий ҳокимлигини чегаралаш муаммоси бутун дунёда хануз ўз долзарблигини йўқотган эмас. Зеро, энг очиқ ва ошқора давлатларда ҳам (баъзи диний ёки коммунистик дунёқарашга асосланган тоталитар давлатларни эътибордан соқит қилган тақдирда ҳам) фуқароларнинг эркинликларига хуруж қилиш ҳолларини ҳам кузатиш мумкин. Хуллас, ахборот учун, ахборотни у ёки бу шаклда эгаллаш эркинлиги учун кураш жаҳон миқёсида ҳам, алоҳида минтақа ёки давлат миқёсида ҳам мавжуд бўлган ва давом этадиган муаммолардандир. Ахборий жамиятда ахборотнинг товар, мулк мақомида туриши, пул, фойда манбаи эканлиги шундан далolat беради. Америкада Руперт Мэрдок, Тед Тернерлар, Россияда Б.Березовскийлар, Францияда Фр. Буиг, Италияда С.Берлусконилар ахборотни сотиш ва сотиб олиш сингари ниҳоятда «фойдали иш» билан шуғулланадилар. Европада «ахборий жамият» («Информационное общество») истилоҳининг истеъмолга кириб келаётганлиги ахборот ва ахборий технология борасида янги бир боқичнинг, «ахборий иқтисодиёт» тушунчаси ва у билан боғлиқ ижтимоий-тижорий тамойиллар қарор топаётганлигининг ўзиёқ бу муаммонинг тадрижий моҳият касб этишини исботлайди.

Ахборотнинг ижтимоий моҳияти

XX асрнинг 50-йилларидан бошлаб ижтимоий ахборот умумий назариясини ҳамда унинг таркибий қисми бўлган журналистикавий ахборот умумий назариясини яратиш борасида саъй-ҳаракатлар қилинмоқда. Америкалик, италиялик ва россиялик олимлар томонидан салмоқли тадқиқотлар ҳам яратилди. Бу йўналишда ўзбекистонлик тадқиқотчилар ҳам жиддий изланишлар олиб боришмоқда. Шунга қарамай, ахборотнинг ижтимоий табиати ва моҳиятини тавсифлаб берувчи яқдил бир нуқтаи назар ишлаб чиқилганича йўқ.

Тўғри, тадқиқотчиларнинг кўпчилиги кибернетика асосчиси Норберт Винер «ахборот»нинг ижтимоий моҳиятини нисбатан тўлиқ таърифлаб берганлигини таъкидлашади. Бинобарин, унинг «ахборот-бизнинг ташқи оламга уйғун-

лашувимиз ва ҳис-туйғуларимизнинг унга мувофиқлашуви жараёнида олинган мазмуннинг ифодаси» деган фикрига асосланишади. Ҳозирги давр россиялик олимлар бу фикри бироз ўзгачароқ тарзда талқин этишмоқда, яъни, ижтимоий ахборот ижтимоий воқеликни акс эттирувчи хабардан, шунингдек, инсон ва унинг тажрибаси ҳамда ташқи муҳитга муносабати ҳақидаги билимдан иборатлиги таъкидлашмоқда. Мазкур қарашлар, Санкт-Петербурглик тадқиқотчи В.Таловов тўғри қайд этганидек, бир-бирига зид ҳам, айнан бир хил ҳам эмас. Унинг изоҳлашича, биринчи таъриф нисбатан умумийдир, иккинчиси эса журналистлик фаолияти моҳияти ва тушунчалари доирасида аёнлаштирилган (торайтирилган). Шунга қарамай, у (иккинчи таъриф) ҳам шарҳланишга муҳтож. Модомики, инсон турмушнинг ижтимоий шарт-шароитлари таъсирда бўлар экан, ижтимоий ахборот ҳам жамиятда мавжуд бўлган муносабатлар, тасаввурларни, ундаги зиддиятларни ва муомаларни ўзида акс эттиради. «Ижтимоий» сўзининг ўзи жамиятга, жамоатга дахлдорликни англатади. Фактларнинг мазмуни уларнинг ижтимоий ҳаётда тутган ўрни ва аҳамияти орқали белгиланади. Шу боис ижтимоий ахборот сиёсий мазмун касб этади. Жамиятнинг ижтимоий таркибланиши ва тоифаланиши, кишиларнинг моддий ва маънавий жиҳатдан турлича қатламланиши шуни тақозо этади.

Англашилишича, **ижтимоий ахборот** тушунчаси кенг маънода умумий ҳодиса сифатида қараладиган ахборотнинг алоҳида бир тури сифатида талқин этилади.

Ижтимоий ахборот, В.Талововнинг таъкидлашича,¹ **инсон фаолияти жараёнларида юзага келади ва фактларни жамиятдаги қўймати нуқтаи назаридан акс эттиради ҳамда кишилар ўртасидаги ўзаро алоқа учун, уларнинг ижтимоий эҳтиёжларидан келиб чиқадиган мақсадларига эришиши учун хизмат қилади.**

Ижтимоий ахборотнинг муайян турлари мавжуд бўлиб, улар хабар узатиш ва уни қабул қилиш усуллари, инсон фаолияти турларининг ижтимоий аҳамияти каби жиҳатларга кўра фаркланади. Масалан, ахборот узатиш ва уни истеъмол қилиш усулларига кўра кўриладиган (визуал), **эшитиладиган** (аудио), **тасвирланадиган**, **сезиладиган**, **техник во-**

¹ Қаранг: Таловов В.Н. Труд журналиста. 3-нашр. - Л., 1982, 10-6.

сита оркали олинadиган турларга ажратилади. Буларнинг ичида кенг тарқалгани телевидение, радио, мультимедиа каналлари оркали узатилувчи аудиовизуал ахборотдир.¹

Инсон фаолияти турларига кўра бошқарув (сиёсий), илмий, иқтисодий, маданий, ҳарбий ва спортга оид ахборотлар фаркланади.

Ижтимоий аҳамияти (муҳимлиги)га кўра **оммавий, гуруҳий** ва **шахсий** ахборотлар ажратилади. Улар ижтимоий нутқий фаолият — мулоқот турларига мувофиқдир.

Сиёсий ахборот

Журналист ўз фаолиятининг табиатига мувофиқ қайд этилган бу ахборот турларининг барчаси билан иш кўради. Аммо у бошқарув ёки **сиёсий ахборот** турига (демак, оммавий мулоқот турига) кўпроқ дахлдордир. Бу журналистиканинг ижтимоий-сиёсий фаолиятнинг тури эканлиги билан изоҳланади. Бутун дунёда журналистикани «тўртинчи ҳокимият» сифатида тасвирланиши ҳам унинг ижтимоий-сиёсий ва оммавий-таъсирий аҳамиятини таъкидлашдан иборат.

Жамият турфа хил муассасалар, меҳнат жамоалари, миллий тузилмалар, ижтимоий гуруҳлардан иборат бўлиб, улар ўзаро бевосита ёки бавосита муносабатда бўлади. Улар ўртасидаги ўзаро таъсир муайян тартибдаги ва турдаги муносабатлар, алоқалар, ахборот алмашишлар оркали амалга оширилади.

Шулар туфайли бошқарувчи субъектлар (идора ёки муассасалар) тезкор кўрсатма ва буйруқлар беришади, уларнинг бажарилишини назорат қилишади. Ижрочилар (объектлар) эса ушбу буйруқ ва кўрсатмалар асосида ўз мажбуриятлари, вазифаларини белгилаб олади. Ҳамкасблар таъриба алмашиш ҳамда хатти-ҳаракатларини мувофиқлаштириш орқали ҳамкорлик қилишади, лойиҳаларни амалга оширишади. Натижада, юқоридан пастга, пастдан юқорига ахборот узатишнинг тартибига солинган аниқ жараёни (оммавий ижтимоий мулоқоти) юзага келади. Айни мана шу жараён жамиятни жипслаштиради, жамият олдида тур-

¹ Мельник Г.С. О природе и сущности информации // Основн информационнй культурн, 10-6.

ПН вазифаларни ҳал этишга, демак, тараққиётга хизмат қилади.

Тадқиқотчилар ахборотнинг ижтимоий бошқарув вазифасини тушунтириш мақсадида уни темир йўлга муқояса қилишади. Ушбу киёсдан хабарлашувнинг аниқ ва аён тизими бузилган тақдирда, тартибсизлик ва бошбошдоқликнинг юзага келиши, оқибатда ҳаракатнинг бутунлай тўхтаб қолишини тасаввур қилиш қийин эмас. Йўл ҳаракатини ёки самолётлар училини тартибга солишда диспетчерлик хизмати марказий халқа ҳисобланади. «Пахтакор» командаси машҳур футболчиларининг (1979 йил) авиафалокатга учрашига ҳам диспетчерлик хизмати сабабчи эди.

Ўзбекистонда жамият сиёсий тизими: Олий Мажлис, Президент, Вазирлар Маҳкамаси, ҳокимиятлар, судлар, ижтимоий ташкилотлар ва уюшмалар, меҳнат жамоалари бошқарув субъекти ҳисобланади. Сиёсий тизим таъсири давлат ва жамоа идоралари, бошқарув органлари фаолияти билан бевосита боғлиқ. Булар бошқарув таъсирини ўз навбатида қуйи даражадаги ташкилот ва идораларга узатади... Шу тарзда ягона вужудга монанд фаолият юритувчи кўп босқичли раҳбарлик қурилмаси юзага келтирилади.

Бошқарув субъекти ижрочи (объект)лар билан алоқа қилишда махсус хизмат турларидан, мулоқот каналларидан фойдаланади ва шулар воситасида ахборот алмашади. Бу хабарлашув каналларининг аниқ ишлаши туфайли мамлакат фуқаролари фақат дастурий кўрсатмаларнигина эмас, балки дунёқарашни, маънавиятни шакллантирувчи билимларни ҳам, шунингдек, давлат ичида ва давлат ташқарисида (масалан, чет элларда) юз бераётган воқеа-ҳодисаларга доир маълумотларни ҳам қабул қилади. Буларнинг барчаси моҳият эътибори билан сиёсий ахборот вазифасига дахлдордир.

Сиёсий ахборотнинг нисбатан умумлаштирилган ва қуюқлаштирилган шакли муайян тузумнинг моҳиятини ҳамда ривожланиш истикболини ўзида акс эттиради. Чунки сиёсат, аввало, кишиларнинг моддий, иқтисодий шароитлари билан бевосита боғлиқ бўлади. Зеро, сиёсатга нисбатан иқтисодиёт бирламчидир. Бу борада Президент И.А Каримовнинг мустақил Ўзбекистон Республикаси тараққиётнинг асосий тамойилларини белгилашда иқтисо-

диётнинг устуворлигини алоҳида таъкидлаши ҳам ўз мантикий асосига эга.

Сиёсий ахборот тушунчасини олимлар икки хил талқин этишмоқда.

Тор маънода у бевосита сиёсий соҳада (партиялар, давлатлар, дипломатлик муносабатлари, намоийшлар в.б.) кузатилаётган фактлар ҳақидаги хабардир.

Кенг маънода эса, жамият ҳаётининг хилма-хил томонларини сиёсий тамойиллар ва дастурлар нуқтаи назаридан акс эттирилишидир.

Юқорида баён этилганлардан келиб чиқиб, сиёсий ахборотга қуйдагича таъриф бериш мумкин.

Сиёсий ахборот ҳам аввало, ижтимоий ахборотнинг муҳим таркибий қисми бўлиб, у сиёсат соҳасидаги (жумладан, фуқаролар ҳуқуқи ва эркинлиги, турли ижтимоий қатламлар, этник тузилмалар, бошқарув муассасалари ва жамият ўртасидаги муносабатлар борасидаги) ҳодиса ва маълумотларни, воқеа ва жараёнларни ўз ичига олади. Ижтимоий ҳаётда, хусусан иқтисодиёт, маданият фан ва техника соҳаларида юз бераётган сиёсий аҳамиятга молик воқеа ва ҳодисалар ҳақидаги хабарлар ҳам сиёсий ахборотга мансубдир.

Бу таърифни долзарблиги ва муҳимлиги шундаки, амалиётдаги ҳар қандай факт сиёсий асосга ҳам эга бўлади. Чунончи, сиёсий муносабатлар соҳасига бевосита дахлдор бўлмаган ҳодисалар демократик жамият барпо этилаётган бир шароитда ўз сиёсий тавсифига ҳам эга бўлиши ҳамда сиёсий ахборот ашёсига айланиши мумкин. Демак, факат давлат қўламидаги ижтимоий воқеа ёки ҳодисаларгина сиёсий ахборот ашёси бўлади, дейиш унчалик тўғри эмас. Аён бир жойдаги маҳаллий аҳамиятга молик факт мисолида ҳам катта сиёсатнинг мазмуни ва талабларини кўриш ҳамда тавсифлаб бериш мумкин.

Сиёсий ахборот жамоатчилик фикрини шакллантиришда бошқа ғоявий-сиёсий фаолият воситалари ҳамда имкониятларига нисбатан устувор таъсир кучига эга. Бунинг сабаблари қуйдагича:

Биринчидан, сиёсий ахборот, айни замондаги, айни кундаги маълумотлар, воқеалар, ҳодисалар ва жараёнларга асосланади.

Иккинчидан, у омма эътиборига энг кучли замонавий техника воситалари (матбуот, телевидение, радио, ҳужжатли кино), шунингдек, энг сўнгги ва янги ахборот узатиш технологияси (интерфаол ТВ, мультимедиа, Интернет ҳамда бошқа глобал компьютер тармоқлари ва сунъий йўлдош каналидаги ТВ лар) орқали етказилади.

Одамларнинг пухта сиёсий ахборот олиш борасида ҳар томонлама тобора ўсиб бораётган эҳтиёжларини қондиришда ахборот йўналиши ва мавзуини тўғри танлаш муҳим аҳамият касб этади.

Айниқса, замонавий ахборот воситалари тизими (у ҳоҳ оғзаки шаклда бўлсин, ҳоҳ ёзма шаклда бўлсин) ҳозирги замон таракқиётидаги ички ва ташқи муаммоларни имкони борича тўлиқ қамраб олишига эришмоғи керак. Бизнинг жамиятимиз таракқиётининг ҳозирги босқичида омани сиёсий жараёнлардан хабардор қилиш ниҳоятда муҳим аҳамиятга молик. Омани демократик ислохотларга, жамоат ва давлат ишларини бошқаришга кенг жалб этиш омилларидан бири туман, вилоят, муайян ишлаб чиқариш жамоаси ёки тижорат тузилмаларидаги ишлар аҳволидан хабардор қилишни яхши йўлга қўйишдан иборат. Бу ижтимоий фикрлашдаги ҳурфикррилиқнинг тез намоён бўлишига ҳам, жамият тафаккуридаги эркинлик ва фаолликнинг шаклланишига ҳам имкон беради. Умуминсоний қадриятларни бойитувчи ҳақиқий миллий анъаналарни, урф-одатларни қайта тиклаш ҳам, давлатимизнинг ички ва ташқи сиёсатини тўғри фахмлаш ва тўғри талқин этишга кодир ижтимоий онг ҳам айни мана шу асосда қарор топади. Айни пайтда, у бошқарувнинг муҳим қуроли, давлат идоралари фаолиятига таъсир этиш ва улар ишини назорат қилишнинг асосий воситаси, инсон дунёкарашини кенгайтириш ҳамда ҳуқуқларини ҳимоя қилиш манбаи ҳамдир.

Ахборот мазмунини белгиловчи муҳим мезон унинг олдига қўйилган асосий мақсаддир. Бутун бошқарув иши сингари сиёсий ахборот ҳам илмийлик, ҳаққонийлик, халқ ҳаётига бевосита дахлдорлик каби тамойиллар замирида юзага келади.

Сиёсий ахборот қуйидаги тўрт йўналишда ташкил этилган тақдирдагина аҳолининг хабардорлик даражасини нисбатан тўлиқ таъминлаши мумкин. Бу йўналишлар:

а) мамлакат сиёсий ҳаёти;

- б) иқтисодий муаммолар;
- в) ижтимоий ва маданий ривожланиш масалалари;
- г) халқаро аҳвол.

Бу йўналишлар ОАВларининг барчаси учун бирдай дахлдордир. Сиёсий ахборотнинг мазкур йўналишларига алоҳида-алоҳида ёндашиш мутахассисларнинг уларга ихтисослашувини ҳам тақозо этади. Чунки кишиларни нима ҳақида, қайси муаммолар бўйича хабардор қилиш ҳам, айтиш пайтда қандай усулда ва қандай самара билан хабардор қилиш ҳам ниҳоятда муҳим аҳамият касб этади. Кези келганда қайд этиш керакки, ҳолис ахборот омма онгига ошқора сиёсийлаштирилган материалдан кўра кўпроқ ва кучлироқ таъсир этиши мутахассислар томонидан асослаб берилган.

Турли хил фактларни сиёсийлик мезони асосида баҳолашни бир тизимга жойлар эканмиз, биз улар ўртасидаги муносабатни ва боғлиқликни аниқроқ кўрамиз, уларни ўзаро муқояса қиламиз. Вокелик қанчалик ранг-баранг акс этса, хабарнинг ахборий қиймати шунчалик юқори бўлишига ишонч ҳосил қиламиз. Сиёсий ахборот ҳам бундан мустасно эмас. Зеро жаҳон микёсида халқлар, давлатлар, уюшмаларнинг демократик кадрларга интилишларидан қатъи назар, улар маданий ва сиёсий онг даражасининг турли босқичларида турганлиги ҳам маълум. Мана шу омиллар нуктаи назардан сиёсий ахборот масаласини қўйиш ҳам демократик тамойилларни қарор топтириш кўрсаткичидир.

Сиёсий хурфидрилиқ — бу ошқора ва очик жамиятнинг асосий хусусияти, ўзига хос белгиси — мустақил Ўзбекистон Республикасининг стратегик мақсадидир.

Журналист ахбороти ва унинг ижтимоий моҳияти

«Журналист ахбороти» тушунчасини алоҳида ҳодиса сифатида мушоҳада қилмай туриб, ахборот назарияси асосларини ўрганиш, уларнинг турлари ва ўзига хос хусусиятларини фаҳмлаш анча қийин бўлади. Журналист касбий маданиятини эгаллаш масаласи ҳам бу тушунчани алоҳида идрок этишни тақозо этади.

Журналистлар учун ижтимоий қийматга эга бўлган ҳар қандай ахборот аҳамиятлидир. Матбуот, радио ёки телеви-

двнига навбатдаги материални тайёрлаш асносида ундан қачон ва қандай фойдаланиш мумкинлигини олдиндан АЙПБ бериш қийин. Айтайлик, сел, зилзила каби фавқулодда вазиятларни ёритишда ҳодиса юз берган ҳудуднинг жуғрофий хусусиятлари ҳақидаги факт ва маълумотлар ғоятда муҳим аҳамият касб этади: журналист айтиш мана шу хил маълумотлар асосида айтиш шу жойга бинолар қуриш мақсадга мувофиқлиги, уларнинг зилзилабардошлиги таъминланганми, муҳофаза тадбирлари қўрилганми ёки йўқми деган масалалар ҳақида мулоҳаза юритади. Масалан, Спитак (Арманистон)даги зилзиладан сўнг журналистлар қурувчиларнинг жинояткорона ишларини, лойиҳачиларнинг хатоси ва архитекторларнинг узокни кўра билмаганликларини ошқор қилишди. Натижада, атроф-муҳит ҳақидаги ахборотлар мазмунини доирасида матбуот экофалокатлар, хусусан, Орол ва Орол бўйи, Чернобил фожиаларини ёритадиган бўлиб қолишди. Бу, ўз навбатида, «инсон — табиат ҳукмдори» деган ақидани қайта қўриб чиқишни кун тартибига қўйди.

Бундай одатий ва ғайриодатий жараёнлар ва воқеаларни жамият мисолида ҳам қўриш мумкин. Лекин улар барчага бир хилда таъсир этмаслиги ҳам мумкин. Масалан, Иккинчи жаҳон уруши америкаликларнинг кўпчилигига ҳанузгача «номаълум уруш» бўлиб қолмоқда. Ким ким билан урушганини, ўзлари ким томонда турганликларини, бу урушда ким ғалаба қилганини шу пайтгача яхши билишмайди. Дарвоқе, бугунги кунда ҳам Косово, Чечен муаммолари моҳиятини, диний фундаментализм ва экстремизмнинг бутун дунё учун умумий хавф эканлигини ҳамма ҳам тушунавермайди. Айтиш бир воқеа ёки ҳодисани турли минтақаларда яшовчи кишилар бир хил идрок этавермайдилар. Буларнинг барчаси замонавий журналистик ахборотнинг қониқарли эмаслиги натижасидир. Айтиш пайтда ҳаётда юз бераётган воқеа-ҳодисаларнинг барчаси ҳам ижтимоий-сиёсий муассаса бўлмиш журналистика нуктаи назаридан аҳамиятли, эътиборга молик бўла оладими деган муаммо ҳам мавжуд.

Айтайлик, қайсидир бир оилада янги фарзанд туғилди. Албатта, бу оила учун, унинг яқинлари учун муҳим воқеа. Аммо у матбуотда эълон қилиш учун лойиқми? Йўқ, ал-

батта. Нима учун? Сабаби боланинг одатдаги оилада, одатдаги шароитда юзага келганлиги — кундалик оддий ва табиий ходиса бўлганлигидир.

Шу боис бу фактни ижтимоий кийматга эга бўлган ва акс садо берадиган ходиса сирасига киритиб бўлмайди. Акс ҳолда ахборот канали туғриқхоналардан олинадиган ҳисобатлар мажмуига айланиб қолган бўларди.

Бундан келиб чиқадиган ҳулоса шуки, журналистни ижтимоий аҳамиятга молик, социал кийматга эга фактлар кизиқтиради. Бинобарин, боланинг машҳур бир шахс (масалан, санъат юлдузи) оиласида дунёга келиш факти эса муайян қизиқишга сабаб бўлиши мумкин. Турмуши жанжалли воқеалар билан боглиқ машҳур қўшиқчи Мадоннанинг аввал қизи, кейинроқ эса ўғлининг туғилиши шундай фактлар сирасига мансуб. Шунингдек, муайян бир ҳудудда (шаҳарда) ги статистик маълумотга мувофиқ миллионинчи фуқаро сифатида оддий оилада туғилган бир чақалоқ ҳам ижтимоий (миллий, минтақавий) ахборот ашёсига айланиши мумкин.

Демак, ҳар қандай воқеа ёки маълумот матбуот ходимлари эътиборига молик сифат ва белгиларга эга бўлавермайди.

Айтилганлардан келиб чиқиб, журналист ахборотининг табиати ва мазмунини белгилаши мумкин. Журналист ахбороти ижтимоий ахборотнинг узвий қисми ҳисобланади. Журналист ахбороти ҳам ижтимоий ахборот сингари жамиятдаги муносабатларни, хилма-хил турдаги ва даражадаги ўзаро алоқаларни акс эттиради. У ижтимоий жиҳатдан муҳимлилик, долзарблилик, оммавий аудиторияга йўналтирилганлик, оммавий аҳамиятга эгалик, катъий ҳужжатлилик ва тасвирийлик каби сифатларга эгадир.

Журналист ахборотига Д.Рэндалл томонидан берилган тавсифга қўра, «ахборот — умумий қизиқтира оладиган, илгари номаълум бўлган (янги, охори тўқилмаган), фавқуллоҳда хабардир».¹

Шундай қилиб, журналист ахборотининг муҳим жиҳати кўп қирралилик, кўптомонламалик (универсаллилик) бўлиб, у кишини жамият билан боғлайди, шахсни бутун мамлакат, минтақадаги, яқин ва узоқ хориждаги муаммо-

¹ Рэндалл Д. Универсальный журналист. Алматы, 1997, 36-6.

Н |р|l дахлдор қилиб қўяди. Журналист ахборотининг айни Мянә шу хусусияти ижтимоий, сиёсий, маданий, ҳудудий-III. I п м и й йўналишдаги хабарларни умуминсоний кадриятлар Ml юни асосида фахмлашниназардатутади.

Лммо турли нуктаи назардаги қучларнинг, оқимларнинг ПЬСирида баъзи ОАБнинг тарафкашлиги туфайли ушбу Мезонга ҳар доим ҳам риоя қилинавермайди. Ҳар доим эри-III қийин бўлган ушбу мақсадга катъийлик билан изчил пнтилиш журналистикага хос ҳурфикрлилик ва эркинлик-НИНГ ўзига хос ифодаси эканлигидан, таҳририятлардаги ИЖДИЙ ходимларнинг юксак инсоний, касбий ахборий маданиятга эгалигидан гувоҳлик беради.

Журналист ахбороти дунёда юз бераётган воқеалар ҳақида янги маълумот ва фактларнинг шунчаки оддийгина иўлиб қолмай, у бизнинг ҳис-туйғуларимизга ҳатти-ҳаркатларимизга ҳам, яшаш тарзимизга ҳулқимизга ҳам таъсир>тади. Бундай ахборотни омма интиқлик билан қутади, ўз Орзу-умидларини, режаларини у билан боғлайди. Шу боис журналист ахбороти кишини ўлдириши ҳам (С.Нариньяннинг «Уҳарь-савдогар» фелъетони қахрамони шундай ўлим топган) ёки, аксинча, бунёдкорлик, қахрамонлик сари илҳомлантириши ҳам мумкин. И.Эренбургнинг Иккинчи жаҳон уруши йилларидаги публицистикаси бунинг ёрқин далили бўла олади.

Журналист ахбороти ранг-баранг воқелик ҳақидаги мунтазам маълумотнома, ўзига хос амалий кўрсатма бўлиб, у бизнинг тўлақонли яшашимизга қўмаклашади, муайян миллатга, сиёсий партияга, тоифага, ижтимоий гуруҳга, ҳатто бирор халқаро уюшмага дахлдорлигимизни идрок этишга имкон яратади; қизиқишларимиз қўламини кенгайтиради, дадил ижтимоий фаолиятга жалб этади, маълум жараёнлар ҳақидаги нуктаи назарларни қарор топтиради, онглилик хислатини тарбиялайди. Усиз биз ўзимизни баркамол инсон сифатида ҳис эта олмаймиз. Журналистлар космонавт Борис Волиновдан фазодаги узоқ муддатли учишда кўпроқ нимага эҳтиёж сезганлигини сўрашганда, энг аввало, у газетани тилга олган ва «ҳар куни газета олиб турганимизда жуда зўр иш бўларди», деб жавоб берган.

Жамият ривожланишидаги ўзгаришлар силсиласида (ғоялар алмашинуви, янги ижтимоий қарашлар шаклла-

ниши, ахборот бозорининг барқарорлашуви, кенгайиши ёки торайиши кабиларда) журналист ахборотининг алоҳида ўрни бор. Чунки у оммавий аудиторияни бегона ва бебурд ғоялар, қўпуровчи қарашлардан, тажовузор миллатчилик, диний ёки коммунистик фундаментализмдан муҳофаза қилиш масаласини теран фаҳмлашга ҳамда ижтимоий таъкидлашга хизмат қилади.

Журналистлар зиммасига турли хил ижтимоий-сиёсий йўналишдаги халқларни яқинлаштиришдан кўра бир-биридан узоқлаштиришдек ўтмишга хос вазифалар юкланган шароитларда улар ақидапарастлик, расмийчилик, андо-залиликни енгиб ўта олишлари лозим.

Ахборот ва ахборот технологиялари асрида давлатлар, китъалар ўртасидаги сиёсий, иқтисодий тўсиқларни бартараф этишга қодир ягона ва яхлит жаҳон ахборот майдони барпо этилмоқда. Бундай шароитда журналист ахбороти зиммасига ижобий ва салбий мазмундаги факт ва хабарларни мутаносиб ҳолда узатиш, воқеликни кимнингдир нуқтаи назаридан келиб чиқиб талқин этишдан қочиш вазифаси ҳам юкланади. Шу муносабат билан ОАВ ходимлари ижодида **воқелик манзараларини талқин этиш, шарҳлаш муаммоси ҳам келиб чиқади**. Зеро, журналист ахборотида ҳар доим муаллифнинг, муҳарририятнинг, таъсисчининг ижтимоий тажрибаси ва интилишлари ҳам ўз ифодасини топган бўлади. Шу боис айтиш мумкин, воқеа турли сиёсий, ижтимоий йўналишдаги нашрлар томонидан турлича баҳоланиши, тушунтирилиши, шарҳланиши ҳам мумкин. Биз буни бир сўз билан фактнинг, воқеа-ҳодисанинг **талқини** ёки **талқин этилиши (интерпретация)**, деб айтаемиз.

Факт талқини. Истилоҳи хабар қилинаётган воқеа-ҳодисани мазмунан изоҳлаш, маъно-мундарижасини тушунтиришни аниқлатади ҳамда узатилаётган фактни воқеликка яқинлантиришга, воқелик билан мувофиқлаштиришга имкон беради. Демак, **журналист талқини** ҳаётнинг ёритилаётган бир «бўлагини» воқеликдаги айнан шунга монанд ҳодисалар мезонида баҳолаш ва уларни ўзаро қийслаш орқали ижтимоий қиймати ва аҳамиятини тайин этиш имкони ва усулидир. Масалан, Буюк Британиянинг Фолкленд оролларида олиб борган уруши вақтида инглиз ҳарбий кемасининг ден-

И п П ;| чўкиш манзараси қайд этилган фото-рasmга икки хил |,1 н гада берилган изоҳ (матн)да бу ҳодиса турлича талқин | ПИПан бири уни ватанпарварларнинг, иккинчиси — босқ-ИНЧИларнинг ўлими сифатида шарҳлаган.

Талқин бу ерда ижтимоий асосдан келиб чиқмоқда. Бу хусусият умуман журналист фаолиятига ҳам, хусусан эса, журналист ахборотига ҳам хос. Аммо матбуот назариясига-Вир ва амалиётчиларининг маълум қисми, айниқса, ўзларини «соф» ва «яланғоч» ахборот тарафдорлари деб ҳисоб-ИВНИ америкалик ва европалик журналистлар ва мутахас-• ислар бухолни тан олишмайди. Уларнинг МДХ давлатларидаги, жумладан Ўзбекистондаги оппонентлари эса, бунда бошқачароқ нуқтаи назарни ёқлайдилар. Эътиборли жепертларнинг таъкидлашича, ижтимоий асосланганлик фактларни танлаш ва баҳолаш жараёнида юзага келади. Буни айрим мисоллар таҳлилида кўриб чиқайлик. Чеченистонда-и уруш Россия ОАВ учун ҳам, жаҳондаги бошқа ОАВ учун \ам нихоятда долзарб мавзу. Лекин улар бу воқеани бир-биридан фарқли талқин қиладилар. Чунончи, мазкур уруш Россия ОАВлари талқинида, аввало, мамлакатнинг ички муаммоси, иккинчидан, мамлакатнинг ҳудудий яхлитлиги-пи саклаш учун олиб борилаётган урушдир. Жаҳондаги бошқа кўпчилик ОАВ талқинида эса, у биринчидан, инсон ҳуқуқларини ҳимоя қилиш билан боғлиқ умуминсоний мулмолардан, иккинчидан, бутун бир халқни қирғин қилишга сабаб бўлаётган урушдир.

Шунга ўхшаш яна бир факт: 2000 йилнинг 14 апрелида Россия телеканаллари орқали газетага ўраб, қорға ташлаб кетилган чақалокни топиб олинганлиги ҳамда унга Владимир Путин исми берилганлиги тўғрисида хабар қилинди ва у бутун мамлакат жамоатчилиги эътиборини ўзига жалб ҳам этди. Аммо тарафкаш ғаразли кузатувчининг ўзгача таққослашга асосланган мулоҳазасини, хусусан, қордан топилган чақалокнинг ҳаёти ҳам ҳар икки чечен урушида жабр қўрган ўнг минглаб кишилар ҳаёти сингари ўзича қимматли-ку, деган талқиннинг юзага келиши ҳам табиий.

Бу ерда мисол сифатида келтирилган ҳар икки факт бир қарашда ўзаро боғлиқ эмасдай. Аммо ОАВ ҳаётнинг ҳолис манзарасини яратади, деган мулоҳазадан келиб чиқилса, «Владимир Путин — ташландик бола» ва «чечен уруши жабр-

дийдалари» киёсларига асосланган мулоҳазаларни бир-биридан фарқли туйғулар туғдирувчи фарқли талқинлар сифатида қараш мумкин.

Шу ўринда **«хурфикрлик»** («плюрализм») ва **«талқин этиш»** («интерпретация») тушунчалари ўртасидаги фарқни ҳам белгилаб олиш зарур. **Хурфикрлик журналист фаолиятининг асосланган тамойиллардан бири бўлиб, ғоялар, маслаklar, нуктаи назарларнинг хилма-хиллиги демакдир. Талқин этиш эса ҳолислик (беғаразлик) ҳамда ҳаққонийлик (аниқлик) тамойилларига асосланади.** Афсуски, ғояларнинг журналистикадаги талқини ҳар доим ҳам бу тамойилларга мувофиқ бўлавермайди. Воқеа-ҳодисаларни турлича тушуниш ва талқин этиш замирида журналистларнинг бир бирига қарама-қарши сиёсий-ғоявий оқимлар ва интилишларга, ҳамда улар билан боғлиқ таҳририятлар, кадриятларга дахлдорлиги - **тарофқашлиги ётади. Айни мана шу тарофқашлик ҳам маълум маънода ҳаётнинг ҳолиси (табиий) манзарасини яратади.**

Истикболда талқин этиш амали иштирок этмайдиган журналистикавий ахборот бўлиши мумкинми, деган саволнинг туғилиши ҳам табиий. Бу саволга, агар одамнинг табиятан худбинлиги (эгоцентризм) назариясидан келиб чиқилса, «йўқ» деб, агар инсониятга жамоатчилик, ҳамкорлик, бирдамлик хислати ҳослигига асосланган, «ҳа» деб жавоб бериш мумкин. Ҳарқалай бу савол ҳам, унга бериладиган жавоблар ҳам мунозарали бўлиб, қўрилаётган муаммо доирасида биз учун бефойда. Лекин бир нарсани таъкидлаш керак: журналист маданияти ва бу маданиятнинг шаклланиши инсон табиятига ҳос бўлган шахсийлик ва жамоавийлик хислатларидан таркиб топади. Шу боис ҳар қандай ахборотда прагматик хусусият - баҳолаш амали ҳам мавжуд бўлади.

Ахборот ва янгилик тушунчалари муносабатдорлиги

«Янгилик» тушунчасининг тавсифи ва талқинида рангбаранглик, чалкашлик ниҳоятда бисёр.

Мамлакатимизда ва чет элларда яратилган илмий адабиётларда **«янгилик»** тушинчаси ҳам **«ахборот»** тушунчаси

С...ари турлича таърифланиб келинмоқца. Бу борада амалистчилар ҳам бир тўхтамга келишган эмас. Масалан, «Время» дастури ходими Сергей Ломакин журналистикада янгилик пималигини билмайман(!), шунчаки янгилик бор, ахборот оса уни аудиторияга етказишдангина иборат, дейди.¹ Таникли тележурналист В.Флярковский, «масалан, қайсидир швод миллионинчи тракторни ишлаб чиқарди. Менимча, бу хабарни янгилик деб атаб бўлмайди» дер экан, янгилик — бу кишилар онгига таъсир қилувчи хабар, ахборот эса онгга таъсир этмайди, деб таъкидлайди.²

Тунги телеянгиликлар бошловчиси АТурнов кишиларнинг бугун билишни истаган нарсалари янгиликдир, журналистларнинг вазифаси эса улар қутаётган янгиликни хабар қилишдан иборатлигини таъкидлайди ва шундай мулоҳаза юритади: «Время» дастурини томоша қилсангиз, у ерда кишилар билишни истаган нарсалар эмас, балки бизнинг раҳбариятимиз назарида зарур ҳисобланган нарсаларгина хабар қилинади.³

Радиожурналист («Маяк»дан) Н.Куликовнинг фикрича, янгиликни яратиш шарт эмас, у ҳаётнинг ўзидан, иқгисодий, сиёсий вазиятдан табиий равишда келиб чиқади: «Айтайлик, қонун лойиҳаси муҳокамасидаги ҳар бир фикрни матбуотдан билиб олишнинг ўзи янгилик эмасми».⁴

Бу ҳақда Т. Миткова шундай ёзади: «Ҳаётда янгиликлар қайнаб ётибди. Айтайлик, бирор киши кимгадир ўз таниши ҳақида хабар қилмоқда, кимнингдир автомобили бошқа машина билан тўкнашиб кетди. Бу янгиликлар тор доирадагилар учун. Аммо айни шу ҳодиса Б.Ельцин билан юз берган тақдирда, у барча учун зарур янгиликка айланарди. Мен, журналист, шундай янгиликларни танлайман. Танлаш жараёнида, албатта, уларни текшириб қўраман: ҳозир кишилар учун айтадиган янгилик менинг ўзим учун ҳам қизиқарли бўла оладими? Энг мақбул ва мукамал вариант шуки, у аввало, барчани, шу жумладан, мени ҳам қизиқтира олсин».⁵

¹ Журналист, 1991, №2, 51-6.

² Ўша жойда.

³ Ўша жойда.

⁴ Ўша жойда.

⁵ Ўша жойда.

«Ўзбекистон адабиёт ва санъати» газетаси бош муҳаррири А.Мелибоевнинг Ўзбекистон Миллий университети журналистика факультети ўқитувчи ва талабалари билан учрашув пайтида айтган фикрлари эътиборга молик: «Ёш журналистнинг ахборот қийматига бўлган муносабатларида ғалати вазият кузатилади. Мабодо, уларга Амир Темур ҳақида номаълум қўлёзманинг топилиши ва жинойт воқеа-анома (криминал хроника) га оид янгиликдан бирини танлаш тўғри келиб қолса, уларнинг аксарият қисми нима учундир иккинчи хил ахборотларга кўпроқ эътибор берадилар. Холбуки, қадимий қўлёзма ҳақидаги хабар қиймати жиҳатдан муҳимроқдир ва кўпчилик эътиборига сазовордир».

Ўзтелерадиокомпанияси ходими Ф.Низомнинг бу борадаги фикрлари ҳам ўзига хос. У «KE'Y8» назарияси ва жаҳон ОАВ тажрибаларига, хусусан, Ҳиндистон ОАВ институти профессори К.М.Шривастава, журналистика тадқиқотчиси машҳур Ж.Богарт, шунингдек, Р. Киплинг мулоҳазаларини умумлаштирар экан, «янгилик - яқинда ёки айни пайтда юз берган муҳим ва қизиқарли воқеалар ҳақидаги ҳисобот»дан иборат деб ҳисоблайди. Ҳамда журналистнинг аввалдан маълум нарсани янгиликдан фарқлай олиши зарурлигини асослаш учун қуйдаги мисолни келтиради: «Дейлик, шифохонадаги бемор бандаликни бажо келтирди. Бу воқеа, марҳумнинг жамиятдаги ўрни ва хизматлари билан боғлиқ ҳолда фақат унинг яқинлари, маҳаллақуйи доирасидаги ёки умумдавлат ёхуд жаҳон миқёсидаги янгилик мақомини касб этиши мумкин.Аммо янгилик фақат шу сифатлар билангина тайин этилмайди. Дарвоқе, агар оддий фуқаро ўз ҳақ-ҳуқуқларини ҳимоя қилаётган намоёнш пайтида ёки террорист ўқи туфайли ҳалок бўлган тақдирда ўлим сабаблари ҳам янгилик моҳиятини касб этади. Бундай ўлим, шубҳасиз, инсон ҳуқуқлари эркинликларининг бузилиши билан боғлиқ янгиликка айланади. 1989 йили Пекиндаги Тяньяньмен майдонига талабаларнинг сиёсий ислохотлар ўтказиш талаби билан чиқиши ва ҳукуматнинг қуч ишлатиб, бу намоёншни тарқатиб юбориши ушбу фикрни тасдиқловчи мисол бўла олади. Зеро, Хитой ҳукумати қўллаган чора-тадбир минг-минглаб кишилар ўлимига сабаб бўлган ва бу бутун жаҳонда кескин норозилик кайфи-

• IIIIIIи ўйотган. Айни вазиятда намоёншчи талабаларнинг ижшмоий аҳволи ва лавозими эмас, балки уларнинг ҳукумат I шдига қўйган сиёсий талаблари янгилик сифатида фаҳмланади».

Муаллиф янгилик табиати ҳақида мулоҳаза юритар экан, унинг инглизча — фавқулудда намунасини қайд этади: «ЯНГИЛИК - бу ит одамни тишлаб олиши эмас, балки одам ИНИ тишлаб олишидир». Бизнингча, бу ғайриоддий ҳолга писбатан маълум бир зотдаги итларнинг бошқа турдаги итларга нисбатан одамларни кўпроқтишлай бошлаши факти журналист эътиборига молик янгиликдир.

Ф.Низом янгилик инглиз тилидаги «Y» ҳарфи билан бошпанувчи бешта: «'Мю(ким)», «\упеп (қачон)», «\упеге (қаерда)», «\упаг (нима)», «\упу (нега, нима учун)» ҳамда «\по\у (қандай)» саволга жавоб бериши керак, деб ҳисоблайди.

Ўрни келганда айтиш керакки, муаллиф Ғарб ахборот назариясининг асосчиси Харольд Лассуэллнинг 1946 йил тавсия этган оммавий мулоқот (коммуникация)нинг умумий схемасини унинг таркибий — хусусий халқаси бўлган янгиликка нисбатан татбиқ этиб қўяқолган.

«Ким, нимани, қандай канал орқали кимга ва қай тарзда айтиди» деган бу мухтасар ва мумтоз таърифда оммавий коммуникация жараёни таркиби ёки таркибий узв (халқа)-лари алоҳида -алоҳида қайд этилган.

Х.Лассуэлл 1967 йили бу схеманинг қуйидаги янги вариантыни ҳам ишлаб чиққан: «**мулоқот иштирокчилари - манзара — вазият — асосий кадритлар — маҳорат (стратегия) - реципиент муносабати-самара (эффект)**».² Ушбу тавсифда янгиликнинг оммавий мулоқот халқаларидан қайси бирига кўпроқ дахлдорлиги аён бўлиб қолади.

Ф. Низомнинг фикрича, ахборот янгиликдан вақт омилига кўра фаркланади. У АҚШ Президенти Ж.Кеннедининг 35 йил муқаддам юз берган фожиавий ҳалокати ҳақидаги хабар - **ахборот**, аммо бу ўлим билан боғлиқ махфий материалларнинг 35 йилдан кейин эълон қилиниши **янгиликдир**, деб ҳисоблайди.³

¹ Низом Ф. Янгиланиш анъанаси. - Т.: Маънавият, 1998, 35-36-б.

² Каранг: Психологические проблемы массовой коммуникации. - М.: Наука, 1974, 11-б.

³ Низом Ф. Янгиланиш анъанаси, 36-б.

Холбуки, президент Кеннеди ҳақида умуман маълумот-га эга бўлмаганлар учун биринчи хабар ҳам янгиликдир. Шунингдек, юқорида таъкидланганидек, Иккинчи жаҳон уруши кўпчилик америкаликлар учун «номаълум уруш»-лигича қолмоқда, бинобарин, у билан боғлиқ барча маълумотлар улар учун янгилик бўлиши табиий бир ҳол. Худди шунингдек, ўтмишда яшаб ўтган Ал Фарғоний, Мортрудий, Марғилоний, Ал Хоразмий, Н.Кубро, ЖМангуберди, Амир Темур, Али Қушчи, Алишер Навоий, КБехзод каби буюк алломалар, подшоҳлар, саркардаларга дахлдор маълумотлар ҳам ўзбекистонликларнинг муайян қисми учун бугунги кун нуқтаи назаридан янгилик бўлиши табиий бир ҳол.

Англашилишича, олиму мутахассисларнинг ахборот ва янгилик ҳамда уларнинг ўзаро муносабати ҳақидаги қарашларида муайян фарқли, ҳатто чалкаш нукталар мавжуд. Лекин журналистика илми ва амалиёти доирасида бу икки тушунчанинг, шубҳасиз, бир хил аҳамиятига эгалигини алоҳида таъкидлаш лозим. Чунки умуман журналист ахбороти-ни янгиликсиз, янгиликни эса ахборотсиз тасаввур этиш қийин. Ушбу фикр Э.Довифат, В.Хагеман, Г.Майн (Олмония), Ф. Фатторелло ва Хейс (Италия), У.Шрамм, Х.Лассуэл, Ф.Феринг (АҚШ), Г.С.Мельник, В.В.Таловов, С.Корконосенко (Россия) каби олимларнинг пухта ва улкан тадқиқотларида ҳам илгари сурилган.

Аммо журналистика соҳасидан ташқарида: **ҳар қандай янгилик ахборийдир, ҳар қандай хабар янгилик бўлмайди**, деган фикрни маъқуллаш керак бўлади.

Ғарб ахборот назариялари

Ғарб мутахассислари фавқуллодда, ғайриодатий, шов-шувли хабарларни янгилик сифатида тушунаётгандек кўри-нади. Улар, қандай жанрга мансублигидан қатъи назар, муаллиф томонидан шарҳланмаган ҳар қандай журналис-тикавий ахборий материални — янгилик — «пеуз» исти-лоҳи билан атайдилар. Тижорий журналистиканинг тарки-бий мазмунини ташкил этувчи ошқора порнография (зех - «секс»), жиноятчилик, жосуслик (спте - «крайм»), пул бойлик ва шуҳратга интилиш (таке топеу — «мэйк мани»)

Қабилар шов-шув (сенсация) нинг асосий мавзуларидир. Шуни \ам эсда тутиш керакки, бизнинг тижорат журналистикаси қакидаги тушунчамиз европаликларникидан фарқ қилади. Тижорий журналистика деганда биз ишбилармонлар, тад-(жркорлар доирасига мансуб журналистикани тушунамиз. I "арбда эса, у ўз фаолиятини «мол-пул-мол» формуласи бўйи-ча энг кўп фойда олиш тамойили асосида юритадиган ҳар қандай қорхона сифатида идрок этилади; ахборот эсамол (товар) мақомида баҳоланади. Умуман, Ғарб матбуоти, жум-ладан, тижорий журналистикаси ҳам, барча тоифанинг (га-додан тортиб бизнесменгача) дидига мослашишга ҳаракат қилади.

Бинобарин, истаган бир янгиликка эга бўлиш ва уни тарқатиш тижорий битим мақомида тушунилади. Янгилик- I шнг олди—сотдига лойиқ товар сифатида баҳоланишининг бозор иқтисодиёти қонуниятлари амал қилаётган давлат-лар ҳаёт тарзига таъсири ҳам мана шунда намоён бўлади. Айни мана шу тушунча ва тасаввурлар ўша жамиятдаги журналистиканинг табиатини ҳам белгилаб беради. Аммо бу шундай вазиятда, эътиборли, юксак савияли матбуот-нинг ҳам мавжуд бўлишини инкор этмайди, албатта. Д.Рэн-далл тўғри таъкидлаганидек, «сиз ахборий хабарни товар ҳисоблаган, унинг тижорий тавсифини аниқлаган кундан бошлаб энди журналист эмассиз».¹

Бу фикр, аслида, тижорий жамият журналистикаси ва-киллариға қарата айтилган, лекин биз уни барча ОАВ ижо-дий ходимлари фаолияти учун аҳамиятли бўлган муҳим қоида ёки кўрсатма сифатида қабул қилишимиз лозим. Аммо, афсуски, бу кўрсатма ОАВ молиявий аҳволи қийин бўлиб турган, ўтиш даврини бошдан кечираётган жамият журналистлари учун қуруқ баёнот бўлиб қолиши ҳам мум-кин.

Иккинчидан, журналист меҳнатига қатта миқдорда ҳақ тўланадиган, ниҳоятда тараккий этган саноатлашган жа-миятда ҳам ОАВ муқаддас касбий вазифани бажараётган-лигига — ҳолис ва ҳаққоний ахборот тарқатаётганлигига қатъий ишонган баъзи журналистлар ҳам ўзлари билиб— билмай муайян бир корпорациявий (бирлашма, уюшма)

¹ Рэндалл Д. Универсальний журналист. Алматн, 1997, 41-6.

максад йўлида хизмат киладилар. Бундай янглиш ишонч, уларнинг ахборий мулоқот жараёни бўлмиш «оммавий коммуникация» (та55 соттишсалюп)ни ҳам, ахборот воситалари соҳасига дахлдор бўлган «оммавий алоқа воситалари»(та88 — тесйа) ни ҳам ахборот технологияси маъносида тушунишидан келиб чиқади. Оқибатда, узатилаётган хабар ижтимоий - сиёсий, маънавий-мафкуравий баҳолашдан холидир, деган хулосага келишади. Бундай акиданинг баҳс-мунозаралар келтириб чиқариши шубҳасиз. Ҳолбуки, улардаги матбуот, кино ва адабиёт Ғарб демократияси моделини, ғарбча турмуш тарзини, сиёсий тизимини ва бошқа қадриятларини мадх этиш билан машғул. Бу ҳол мутахассислар у ёқда турсин, энг оддий одамлар учун ҳам аён ҳақиқат. Шу сабабли уларнинг ахборот муассасалари ва хизматлари сиёсийлаштирилмаганлиги ҳақидаги фикр ва далилларга ишониш ўта соддалик бўлур эди. Д.Селдеснинг «1000 америкалик», Ж.Марионнинг «Матбуотни тўхтатинг!», Г.Вальраффнинг «Бильд» мухбири бўлиб қандай ишладим» номли китобларида айтиш мумкин, мулоҳоза алоҳида таъкидлаб ўтилган. Бу китобларда «ньюс» назариясининг асосий қоидалари, шунингдек «катта матбуот» ва «катта бизнес» иттифоқи туфайли ахборот воситаларининг сармоядорлар мардикорига айланиб қолганлиги танқидий таҳлилдан ўтказилган. Шунга қарамай, уларнинг умуман, ҳолислигини, хусусан ахборот етказишдаги ошқоравийлигини қатъий ва узил-кесил инкор этиш ҳам ҳақиқий аҳволга мувофиқ эмас. Чунки монополиялар, пресс-синдикатлар, матбуот империялари ўртасидаги аёвсиз кураш уларнинг ҳақиқатни беихтиёр ошқор этиб қўйишларига олиб келади. Сиёсий партиялар, президентликка даъвогор номзодлар, бизнес - устунлар паноҳида бўлиш истагида - ғаразли мақсадда қўлга киритилган ахборот ҳақиқий ҳолни ошқор қилиб қўяди. Бинобарин, **биринчидан**, жамиятдаги қонуний зиддиятлар матбуот томонидан аҳолини ҳолис ва ҳаққоний хабардор қилиш асосларидан бирига айланиб қолди. Иккинчидан, инсонпарварлик интилишларининг кучайиши ва бунинг ҳуқуқий жиҳатдан мустаҳкамлаб қўйилиши жараёнлари ҳам ҳолис ахборот қўламининг кенгайишига маълум даражада имкон беради. Масаланинг қўйилиши жиҳатдан 1995 йили Россияда Ошқораликни ҳимоя қилиш фон-

л пономидан нашр этилган «Законм и практика средств массовой информации в Западной Европе, Америке и Австралии» и» помли салмоқли иши алоҳида қизиқиш ўйғотади.

Янгиликни ғарбча тушуниш бизнинг, айниқса, ёш журналистларнинг тафаккурига тобора кўпроқ сингиб бормоқда. 1.шк)барин,жиноят хроникаси, жанжаллар, жаҳон ва ма... 1й санъат юлдузлари ҳаёти, НУЖ лар ҳамда фазовий шжилизацияга дахлдор табиий инсоний туйғуларга дарҳол Ғйсьир этувчи хабарларга ружу кўрсатмоқдалар. Бу ёш ах-Гмротчилар жиддий ўйлаб кўриши лозим бўлган шубҳали пп гишидир. Бу интилиш журналистика соҳасида намоён бўлувчи кўчирмакашликнинг авж олишига сабаб бўлиши мумкин. Уларнинг тажрибали ҳамкасблари эса, аксинча, ўски тамойилда ишлашдан бутунлай ҳалос бўлолмаяпти-Пйр. Масалан, кишлоқ хўжалиги, санъат, маънавият ва ма-цаният соҳаларига оид хабарларда янгиликдан кўра ижтимоий жиҳатдан муҳим бўлмаган оддий маълумотларни шунчаки қайд этиш ҳануз устувор. Тажрибадан маълумки, бу усул бир хилдаги, бир хил йўналишдаги рангсиз хабарлар учатишга олиб келади. Бунинг моҳиятан (экспертлар таъкидлаган) ноҳуш томони ҳам бор: бир хиллилик ва андоқшилиқ жамиятдаги ижтимоий фикрлаш тарзи «яқдиллиги»нинг ифодасига айланиб қолишидир. Ҳолбуки, ижтимоий фикрлаш ҳеч қачон ва ҳеч қаерда бир хилда, бир йўналишда (ягона ва андозали) бўлган эмас, бўлиши қийин ҳам. Хурфикрлик ҳар қандай жамиятдаги ижтимоий фикрлашнинг доимий сифатидир. Ҳатто энг эркин ва демократик матбуот ҳам ижтимоий фикрнинг барча қирралари ва ранглари тўла акс эттириш имконига эга эмас.

Айни мана шу ҳол ахборот ва янгиликнинг ягона бир мезонини ишлаб чиқиш муаммосини келтириб чиқаради.

«Ахборот» ва «янгилик» тушунчалари журналистикада, юқорида қайд этилганидек, айтиш мумкин, бир ходисанинг турли томонларидир, улар маъно ва мазмун таркибига кўра ўзаро узвий боғлиқдир. ОАВ да ахборотни янгиликсиз тасаввур қилиб бўлмайди. Бинобарин, ахборот ахборот учунгина бўлмаслиги, тасодифий, аҳамиятсиз фактларни эмас, аксинча, ҳаётдаги энг муҳим ва ижтимоий қийматга эга воқеа — ходисалар тўғрисидаги маълумотларни узатишга бўйсундирилган бўлиши лозим. Матбуот, радио ва телевидение-

нинг ижтимоий-сиёсий муассаса сифатидаги асосий вазифаси ҳам шундан иборат.

Хабар бериш воқеликнинг табиатида мавжуд. Ахборий «қобик» билан қуршалган бу оламнинг ўзи бизга намоён этган рамзлар, белги ва ишоралар тизими (масалан, шакл, ҳажм, ранг, таъм каби)гина эмас, балки ижтимоий, инсоний муносабатлар (янги мудирнинг тайинланиши, янги чақалоқнинг туғилиши, автомобил харид қилиш каби)ни ҳам ўз ичига олади, лекин булар ўз ҳолича журналист кизиқиши ва эътиборига лойиқ ашё бўлмайди ҳали. Чунки булар қайта ишланиши ва баҳоланиши лозим бўлган ҳомашдир, ҳом материаллардир.

Сўнгги йилларда амалиётга «янгиликлар журналистикаси» («новостная журналистика») ва «ахборий матбуот» («информационная пресса») каби мавҳум ифодалар кириб келди.

«Ахборий матбуот» истилоҳини амалиётчилар ва назариётчилар турлича тушунмоқдалар.

«Ахборий матбуот» истилоҳини қўллашга ружу қўйган нашрлар, журналистлар, муҳаррирлар, сиёсатчилар ва социологлар бу тушунчани ҳолислик, ҳаққонийлик, тинчлик ва тўғрилик, сиёсатдан, фирқавийликдан ҳолиликларзида, молиявий мустақиллик билан боғлаб талқин этишмоқда. Улар бу хусусиятлар соф ахборот тамойилига асосланган журналистика тасаввурини шакллантиради деган нуктаи назарга асосланадилар.

Аслида «янгиликлар журналистикаси» ҳам, «ахборий матбуот» ҳам моҳият эътибори билан айна бир тасаввурни такрорлаш — тавтологиядир. Зеро, бу икки тушунчанинг узвийлигини, бири иккинчисиз маъносиз бир нарсага айланишини юқорида қайд этган эдик.

Ғарбда «ахборий матбуот» га ўхшаш яна бир мунозарали тушунча мавжуд. Бу - «**фикрлар матбуоти**» («пресса мнений»). Шунга айтиш керакки, бу икки тушунчани фарқлаш ва қўллаш шартли. Улар Ғарбда ҳам, бизда ҳам бир-биридан айри (соф) ҳолда амал қилолмайди. Ватанимиздаги ОАВ муҳарририятлари фаолияти шундан далолат беради. Мустақил Ўзбекистондаги истаган нашр ва телевидениенинг истаган канали ахборот — янгиликнинг ва ахборот мулоҳазанинг узвий бирлигидан иборат. Ғарб ОАВ да ўзгачарок

у>н майжуд, деган фикр ҳам йўқ эмас. У ерда янгиликлар-ШП узлуксиз оқимини узатишда Си-Эн-Эн, «Немис Гўлкин», Би-Би-Си, «Озодлик», «Америка овози» кабилар!.... прок этади. Лекин уларда ҳам «соф» ҳолдаги факт, воқеа-ҚОДИсаларни узатиш билан бир қаторда уларни шарҳлашга,Im эътибор берилишини тан олиш керак.

Хулоса қилиб қуйидагиларни таъкидлаш лозим. **Янгилик** 'лмп янги гап, янги маълумот, янги ахборот, анги хабар | аби маъноларни ифодалайди. Шу жихатдан янгилик ту-Шунчаси ахборот ва хабар тушунчаларининг таркибий ун-Сури бўлиб, ахборот ёки хабарнинг сифатини тавсифлайди. Ахборот, хабар ва янгилик сўзлари мавридига қараб, ўзаро Мвьнодош калималар сифатида ҳам ишлатилаверади. ТТҒ (оис уларни ўзаро фарқли илмий истилоҳлар мақомида тлисифлаш баҳсу мўнозараларга сабаб бўлаверади.

Хабар сўзи жанр турини ифода этувчи истилоҳ сифатида барқарор хусусият касб этган. **Ахборот** атамасини эса журналист ижодининг самараси (жанрий тоифаланишдан Қатъи назар)нинг умумий ифодаси сифатида ишлатган маъқул.

Журналистлик фаолияти ахборотни топиш, қайта иш-лаш, лисоний ифодага қўчириш ва узатишдан иборат. Шу маънода қайта ишланган ва узатилган ахборотни (жанридан қатъи назар) кенг маънода, шартли равишда **журналист ахбороти** деб аташ мумкин. Бунда оммавий ахборот-пинг субъекти - журналист меҳнати таъкидланади. Омма-Вий ахборотнинг умумий тамойиллари эса журналистлар ахборотининг табиатини ҳам тайин этиб беради. Бошқача айтганда, журналист ахбороти муайян мезонлар асосида таркибланади ва тартибланади. Бу мезону тамойилларни таҳдил этиш оммавий ахборот (хусусан, журналист ахбороти) табиатини тўлароқ тасаввур этишга имкон беради.

Оммавий ахборотнинг асосий мезонлари

Журналист ахбороти (оммавий ахборот) мезонларини аниқламай туриб, унинг тавсифини тайин этиш қийин. Бу мезонлар: ижтимоий йўналтирилганлик, ҳужжатлилик, қисқалик, ихчамлик, оҳори тўқилмаганлик, оммабоплик, қизиқтирувчанлик ҳамда изчиллик, узвийлик, (бирор воқеа

ривожидан хабардор қилиб бориш), рақобатбардошлилик, соддалик ва тушунарлилик.

Мазкур талаб ва мезонларни шарҳлашдан олдин қайд этиш керакки, буларнинг барчаси аён бир хабарда бир бутун ҳолда намоён бўлмайди.

Зеро, ўлчовлар — мезонларнинг бирлиги ва уйғунлиги қонуниятлари ва хусусиятларини мавҳумлаштиришнинг натижасидир, демак, намунадир. Ҳаёт эса журналистика назарияси ва амалиётдан юз карра бой ва ранг-баранг.

Журналистика муайян бир жойда юз берган воқеа - ҳодиса ёки жараёнларни ёритиш орқали умуман ижтимоий ривожланиш ва тараққиёт мажмуини акс эттиради. Вақтли матбуот, радио, телевидение, кино, Интернет ва сунъий йўлдош алоқаси биргаликда ижтимоий ҳаёт мажмуининг **ахборий манзарасини** яратади.

Ҳужжатлилик. Махсус манбаларда аниқдик, ҳолислик, ҳаққонийлик сўзларига маънодош калималар сифатида ишлатилади. Бу ҳол ҳужжатлилик тушунчасини талқин этишда талабаларни чалғитмаслиги керак. Чунки сўз маъноси ҳар хил бўлса ҳам унинг моҳияти айни бир нарса: газета ва журналларнинг, радио ва телевидениенинг дунёда ва мамлакатда кеча ёки бутун юз берган воқеа мазмунини айнан узатиш вазифаси тушунилади; аён ва аниқ фактларга асосланиш, ижтимоий тараққиётдаги интилишларни тўғри ва ҳаққоний акс эттириш, ҳуллас, матбуот яратаётган замон манзарасининг ишончлилиги назарда тутилади.

Ишончлилик кишиларда шубҳа туғдирмайдиган ҳаққоний, ҳолис ахборот демакдир. Профессор С.А.Муратовнинг уқтиришича, ишонч ахборот манбаига бўлган ишончдан келиб чиқади¹. Ўқувчи ёки тингловчи хабар манбаи билан қизиқади. Журналист хабар манбасини ҳавола қилмаган тақдирда, ахборот журналистнинг ўзигагина мансуб, деган тасаввур юзага келади. Аудитория ахборотнинг қийматини хабар манбаининг ишончлилиги, эътиборлилиги асосида баҳолайди, шу орқали ахборий дастурнинг обрў-эътибори шаклланади. Йирик телекомпаниялар келиб тушаётган хабарларнинг аниқлиги ва тўғрилигига ишонч ҳосил қилиш учун воқеа юз берган (ёки юз берадиган)

¹ Муратов С.А. Нравственные принципы тележурналистики. Опыт этического кодекса. НйБ // УУУ Inlete\У5 ш Book\ тога! / 9 п1т1. Р1 оГ 2, пп4.

11 Тп а ўз репортёрларини тезкорлик билан етиб боришлари-11 III гиладилар. Бунинг имкони бўлмаган тақдирда ёки ре-Портёр фактлари аниқ бўлмаган ҳолларда, уни камида ик-КИа манба тасдиқлаши шарт қилиб қўйилади.

Хабар берувчининг ёки кўчирма эгасининг хабардорлик ифодачилигига қараб узатилаётган маълумотнинг (айниқса аниқ рақамлар билан, масалан, қўрилган зиённинг ҳажми, ҚОНунга ҳилоф ҳаракат иштирокчилари қабилардир) ишончлилиги ҳам ошади. Турли манбалардан олинган хабарнинг айнанлиги ҳам унинг ишончлилигига таъсир этади.

Ижтимоий йўналтирилганлик. ОАВ нинг асосий вазифаси - ижтимоий тафаккурни бошқаришдан, жамиятнинг муҳим муаммоларига йўналтиришдан иборат. Матбуотнинг оила, таълим каби тарбиявий-таълимий муассасаларидан фарқи ҳам мана шунда. **Ижтимоий йўналтирилганлик ҳар доим ижтимоий таъкидлаганлик шаклида амал қилади.** Зеро, у жамиятнинг ижтимоий ислохотлар, маънавий кадриятлар борасидаги асосий мақсадларини таъкидлаган ҳолда яққол ва равшан кўрсатиб беради.

Мустақил Ўзбекистоннинг бутунги аҳолиси оммавий ахборотда ижтимоий таъкидланганлик туфайли юртимизда рўй бераётган иқтисодий, сиёсий, мафкуравий, маънавий ўзгаришлар, демократик янгиланишларнинг ҳуқуқий-ахлоқий, маънавий—мафкуравий тафаккурни қайта шакллантириш, инсон ҳуқуқларини, миллий ва умуминсоний кадриятларни эъзозлаш тўйғуларини тарбиялашдек муҳим муаммоларни ва уларнинг ижтимоий- мафкуравий моҳиятини теран англамоқдалар. Ахборотнинг ижтимоий таъкидланганлиги ижтимоий онгни шакллантириш ғоясини аён ва фаол жараёнларга айлантириш учун хизмат қилади.

Шуни эсда тутиш керакки, ижтимоий йўналтирилганлик ва таъкидланганлик собиқ шўролар даврида асосан публицистика ёки публицистикавий ўткирлик (публицистическая заостренность) тушунчалари орқали изоҳланиб, унинг моҳияти синфийлик ва партиявийлик мезонига тенглаштириб қўйилган эди.

Ижтимоий таъкидланганлик ахборотга, унинг талқини ва ташвиқига жамиятнинг умумий равиши нуктаи назардан ёндашиш демакдир.

Шу ўринда бир нарсани эслатиб ўтиш керак: ҳамма вақт ва ҳамма жойда моддий бойлик яратувчи меҳнаткаш халқ ҳаётини яхшилаш шиорини ҳеч ким ҳеч қачон ошқора рад этолмаган (амалда эса бунга зид иш юритилганлиги ҳам тарихдан маълум). Собиқ шўролар иттфокида «ривожланган социализм» босқичи бошланганлигининг эълон қилиниши билан меҳнаткаш халқ ҳаётининг юксалишини муболағали тарзда бўрттириш, баланд пардаларда мактанчоклик қилиш босқичи ҳам бошланган эди. Матбуот далада меҳнат симфониясидан яйраб, жавлон ураётган «фидоий» қаҳрамонлар ва уларнинг фаравон ҳаёти ҳусусида гапиришдан чарчамасди. Ҳақиқий ахвол эса ўзгача эди.

Тўғри, бозор иқтисодиёти даврининг ҳам ўз муоммолари бор. Матбуотда оддий деҳқон ёки фермер ҳақидаги тегран мазмунли таҳлилий ахборотлар кам учрайди.

Шунга карамай фермерлик ҳаракати истикболи ҳақидаги ҳаққоний материалларда ҳам маълум зиддиятлар мавжудлиги сир эмас. Бу ҳақда давлат миқёсида ошқора фикр юритилмокда, муаммо ижтимоий жихатдан таъкидланиб турибди. Лекин ўйлаб кўрадиган жихатлар ҳам йўқ эмас. Чунончи, биз демократик жамият қурмоқчамиз. ОАВ нинг асосий қаҳрамонлари эса Алла Пугачева, Арнольд Шварценеггер, Моника Левински, Юлдуз Усмонова ва жанжалкаш Илонна Сталлер Чиччолиналардир, «табиат инъомлари» ёки «оқ олтин» бунёдкорларига, умуман, жамият асослари, таянчлари бўлмиш кишиларга ОАВ да кам эътибор бериладиган бўлиб қолганлиги сезилади. Бу ҳол оммавий ахборотнинг ижтимоий йўналтирилганлик ва таъкидланганлик мезонига эътиборнинг сусайганлигидан бир далолатдир.

Тўғри, одамлар эстрада, кино ва спорт «юлдуз»ларининг қандай яшаши, қандай овқатланиши ёки кийиниши (булар қизиқтиради) билгиси келади. Аммо оддий меҳнаткаш кишиларнинг (мақоми, миллати ва эътиқодидан қатъи назар) ташвишлари ва муаммоларини ҳам билишимиз энг олий кадрият эмасми?! Пахта териш машиналари, хузу-халоватли авиалайнерлар, компьютерлар, автомобиллар бунёд этаётганлар, замонавий метро ва кўприklar қураётганларнинг машаққатли меҳнатлари ва муаммоларига жамият эътиборини қаратиш «тўртинчи ҳокимият» вакил-

Иврининг асосий вазифаси эмасми?! Оддий фуқаронинг, Иш • I м - м еҳнатчининг мақоми ва обрўсини кўтариш ҳамда улуг-ИИ журналистлар зиммасига юкланган эмасми?! Бувазифа-|.||ши ҳал этиш учун журналист уларнинг ҳаёти ва муаммоларини дилдан ҳис эта олиш лозим.

Ллбатта, ўтмишдаги Паша Ангелина, Стахановлар каби Мввсумда минг тонналаб «оқ олтин» терган сохта ва сунъий қаҳрамонларни мадҳ этишдек хатоларни такрорлашни VI ким истамайди. Аммо оддий фуқаронинг, ўртамиёна | ишиларнинг ташвишлари, муаммоларига жиддий эъти-(>ор билан қараш ОАВ фаолиятининг асосий моҳиятини Рвшкил этиш лозим. Ижтимоий йўналтирилганлик ва таъ-КИДланганлик мезони шуни тақозо этади.

Долзарблилик - ахборотнинг айна шу бугунги кун нуқ-Таи назаридан муҳимлиги, аҳамиятлилигидир. Бутушунча-ии баъзан «тезкорлик» билан қориштириб, хато қилишади. Долзарблилик шу куннинг ниҳоятда муҳим мавзуларини қамраб олишни, тингловчи ёки ўқувчи назарида энг аҳамиятли ва жиддий бўлган муаммоларни қаламга олишни билдиради.

Матбуот сўзи кўпқиррали, кўптомонламадир. Бунинг бир жихати аҳолининг (тажриба жихатдан ҳам, таҳлилий фикрлаш имконияти жихатдан ҳам турли гуруҳларга мансуб)анг—баранг кишиларнинг) ахборотни бир вақтда қабул қилиши ва фаҳмлай олиши билан боғлиқ.

Журналистика ҳозир, айна шу кунда кишиларни қизиқтирган, ўйлантирган, ташвишга солган муаммолар билан яшайди. Иқтисодий ислохотларнинг амалга оширилиши, аҳоли турмуш даражасининг аҳоли, бирламчи эҳтиёжманд моллар, маҳсулотларнинг нархи, соғлиқни сақлаш, энг кам маош ва унинг тирикчилик учун етадиган зарур миқдори каби турфа хил муаммолар оммавий ахборий фаолиятунинг доимий эътиборида бўлади.

Тезкорлик. Ахборотни бир зумда, дарҳол етказиб бериш журналистикага хос хусусият. Тўғри, матбуот радио, телевидение ва Интернетга нисбатан тезкорликда бирмунча орқада туради. Лекин у таҳлилийлиги, аъмолан фойдалилиги билан устувор мақомга эга. Бу чоп этилган мақолага қайта мурожаат этиш, қайта ўқиш ва қиёслаш имконияти орқали таъминланади. Матбуот таҳририятларининг ўзи ах-

кизиқарли янгиликни, фойдали маълумотларни бир сатрга (сарлавхага) жойлаш юксак маҳорат самарасидир. Ахборотнинг лўндалигига, одатда, тасвирийлик ва тимсолийлик, ёрқин муқоясалардан фойдаланиш, факт ва рақамларни саралашга жиддий ёндашиш орқали эришилади.

«Тошкент окшоми» газетаси «XXI аср садоси» рукни остида бериб борилаётган хроника-хабарлар термасида бу усулдан ўринли ва унумли фойдаланмоқца:

- Қаршида вилоят телемарказининг бош корпуси фойдаланишга топширилди;

- Андижон вилоятининг Булоқбоши туманидаги «Найман» фермер хўжалигида тайёрланадиган янги цех очилди.

Бундай хабарларнинг гап бошламасидаги «**кеча**», «**бугун**», «**яқинда**», «**Бухорода**» каби сўзларнинг алоҳида шриффт ва рангли фонда берилиши ахборотнинг алоҳида хабар эканлигини таъкидлашга имкон берган.¹

Ўзига хослик. Курук, лоқайд ёзилган, тайёр қолипга туширилган бетаъсир ахборот ўқувчига етиб бормаслиги, самарасиз машғулот бўлиб қолиши ҳам мумкин. Яхши ахборот ўқувчига факат фактларни, воқеани ёритиш мантиқи ва ижтимоий аҳамияти билангина эмас, балки фавқуллодда бир тарзда, охори тўқилмаган усулда етказиб берилганлиги (ўзига хос усули, шакли, воситаси) билан ҳам эътиборни ўзига жалб этади. Ўзига хослик эса мавҳумликни, стандартни, қолипни ҳўш кўрмайди. Ўзига хослик — журналистнинг шахсий услубига бевосита дахлдор мезондир. Бу мезон тилнинг таъсирчан воситаларидан, тимсолий ифодаларидан, мажозий имкониятларидан оз бўлса-да маҳорат билан фойдалана олишни назарда тутди. Ахборотда мантиқийлик билан бирга ўқувчига, тингловчига таъсир эта оладиган ҳис—туйғу ифодадай оловчи воситалардан ўринли ва жўяли фойдаланиш яхши самара беради. Шу боис ҳам яхши журналист ҳар доим янги сўз ва ифодаларни, мажозлару тимсолларни излайди; воқеа-ҳодисалар ҳақида охори тўқилмаган усулда хабар қилишга, ўз фикр мулоҳазаларини ҳис-туйғуларга омухта қилиб ифодалашга ҳаракат қилади.

Воқеа—ҳодисаларни юзаки ўрганган, воқеликни яхши кузата олмаган журналистнинг ахбороти умумий андозали

¹ Бу ҳақда қаранг Тошалиев И. Сарлавха стилистикаси. Ўқув қўлланма. — Тошкент: Университет, 1995, 30-34-бетлар.

И н оупалар, мавҳум ҳамда узундан-узоқ ифодалар йиғинди-

Ш 11(юраг бўлиб қолади. Воқелик факти янгича фаҳмлан-
! ншгина, таъсирчан тафсилот танлангандагина ахборот уму-

Ш 1м 1лардан холи бўлади. Буни япониялик профессор Н.Та-

11 маърузасидан олинган ушбу усул мисолида аниққўриш
м 1ш. У ўзбекча ислохот модели ҳақида япон иқтисодий

Ификкиёти нуктаи назаридан фикр юритар экан, тингловчи-
. | • Н ушгахостарздакизиқишўйғотишгаэришади: "Бизда,

Ииопида шундай мақол бор: кўрлар тўдаси филни ушлаб,
|| |.| шаншурқилишмоқда. Филнинг қулоғини ушлаган, фил

1 улоқ шаклида, деб ўйлайди. Филнинг оёғини ушлаб кўрга-
ии нл уи оёқшаклида, бурнини ушлагани эса бурун шак-

ПП1 тисаввурқилади.
Ду аъзолар филнингтаркибий қисмлари бўлишига қара-
унинг умумий кўринишини тасаввур қилиш қийин.

Б\| уи мен билдирган мулоҳазалар мана шу мақолга ўхшаб
1 • 1/11 ЧункименЎзбекистонниумумийҳолдабилмайман..."

П у 11/; 1 й фавқуллодда муқаддима тингловчилар эътиборини бир
иуқшга жамлайди, аудиторияда муайян кизиқиш ўйғотади.

1 | 1 и п 1 Ўзбекистон америкача иқтисодий тараққиёт тутуми-
ип қабул қилмай, ўзининг уч минг йиллик бой тарихи ва

МИДанияга асосланган йўлини танлаганини таъкидлайди
1Ма ривожланишнинг японча ва ўзбекча моделларини аён

ВВ аниқ кўрсаткичлар мисолида муқояса қилади. Бундай усул
|удиторияни бефарқ қолдирмайди, ахборотни ўзлаштириш
| ИХадан яхши самара беради.

Оммабоплик (ёки жозибдорлик). Бу хусусиятга сўзамол-
ДЖ ёки сунъий суҳандонлик орқали эмас, кўпчиликнинг
|,п шқишига лойиқ бўлган нарса ёки масала ҳақида хабар
41 |)1п орқали эришилади. Бундай ахборот ҳар бир савод-
'П, зиёли кишини ўзига жалб эта оладиган жозигабага эга
иупиши лозим.

Демак, журналист ҳар доим кўпчиликни (маълум соҳа
мутлхассисларини эмас) ўзига жалб эта оладиган, кизик-
Ира оладиган фактларни, воқеа—ҳодисаларни излаш би-
ми банд бўлиши керак. Метронингянги йўналиши ёки янги
. шпциясининг ишга туширилиши, мамлакатда ишлаб чи-
к.филаётган автомобилларнинг тамомила янги моделини
ЙИИШ ишларининг бошланганлиги, нархларнинг тезкор
успши шароитига бардош бериш имкониятлари, бозорда

нархни белгилаш, қонун яратувчи муассасалар фаолияти, қабул қилинган қонунлар ижросини назорат қилиш, жиноятчилик, тўрачилик ва коррупцияга қарши кураш, турли давлатларда ёки уларнинг баъзи минтақаларидаги кишиларнинг турмуш даражаси каби мавзулардаги хабарлар оммани қизиқтира оладиган муаммолар сирасига мансубдир. Журналистнинг янгиликни ҳис эта олиш, пайқай олиш малакаси уларни узатиш ва топиш жараёнида юзага келади. Шундай малака туфайли у оммавий аудиторияни оҳанрабодай ўзига жалб эта оладиган ахборотлар узатишга қодир бўлади.

Шуни ҳам афсусланиш билан қайд этиш керакки, бизнинг журналистларимиз орасида ахборотни муайян ижодий изланишни ва салоҳиятни талаб қилмайдиган шунчаки оддий бир хабар, деб тушунувчилар ҳам бор. Газета ҳурналлар саҳифаларида, радио ва телешиқитиришларида қуруқ ва ҳиссиз хабарларнинг сероблиги ҳам шундан. Бу ҳол журналистларимиз зиммасига алоҳида масъулият юклайди.

Изчиллик. Бир лаҳзалик, бир кунлик ёки муайян муддат давом этадиган воқеа ва ҳодисалар мавжуд. Ушбу ўринда гап маълум муддат давом этадиган воқеа-ҳодисалар ҳақида кетмоқца. Масалан, сиёсий ёки иқтисодий ислохотлар узок муддатга мўлжалланган бўлади. Ёки футбол, хоккей, шахмат бўйича жаҳон чемпионатлари бир неча ҳафталаб давом этади. Уларнинг ҳар бир ўйини ва босқичи миллионлаб муҳлислар эътиборини ўзига жалб этиб туриши табиий бир ҳол. Демак, муҳлислар ҳар куни янгилик кутади. Улар ҳақидаги ахборот вақтли нашрларнинг ҳар бир сонида акс этган бўлиши керак, бунда ахборий бўшлиқ ўзини оқламайди; у реципиентнинг ихлосини қайтаради. У ёки бу ҳукуматнинг истеъфога чиқишини олиб кўрайлик. Бу ҳодиса бир ойдан кўпроқ вақт давомида жамоатчилик эътиборида бўлади. Давлат ичкарисиди ҳам, ташқарисиди ҳам «Нега?», «Нима учун?», «Ҳокимият тепасига қимлар келади?», «Янги кабинет аъзоларининг сиёсий йўналиши қандай бўлади?», «Давлат сиёсати ўзгарадими, йўқми?» қабилдаги турфа саволлар кўпларни қизиқтиради. Бундай саволларга жавоб бериш (ўз ахборотлари билан) масъулияти матбуот зиммасига юкланган. Мазкур ҳодиса борасидаги турлича нуктаи

н-1 шрлар ҳақида имконият даражасида маълумот бериб бо-
III кам унинг вазифасига киради.

Кар бир янги ахборотда тасвирланаётган воқеа—ҳодиса-
IIН янги тафсилотлари, йўналишлари ва хусусиятларини м.п.пум қилиб боришни эсдатутиш лозим. Бундай қўшимча . |ф| плогумаълумотлар аудиториянинг тасвирланаётган мав-
п қққдаги тасаввурини кенгайтириб боради. Шу йўл билан I урналистика билимлар мажмуини кенг аудиторияга изчил
Гр |да сингдиришга эришади. Шу орқали аҳолининг хатти-
иракатларини бошқариб туради.

(**Оддалик ва тушунарлик.** Мазкур мезонлар моҳияти-
II • < I ўғри ва содда қилиб ёзиш учун тўғри ва содда фикр-
| III лозим», «Энгтеран фикрлар эса, одатда, содда ва аниқ
65 IIди» нақллари асосида изоҳлаш мумкин. Зеро, у қадар
и\амиятли бўлмаган фактни тилнинг зийнати ва санъат
уушари ёрдамида жилвалантириб, жозибатор шаклда ифо-
VVлаш мумкин, деб тушунувчи журналистлар ҳануз учраб
[уради. Тўғри, матн маҳорати, баён санъати балоғатдан,
Нотикликдан дарак берувчи муҳим фазилат. Аммо факт эса
фактлигича қолади, **ифодага керагидан ортиқ зеб бериш,**
Г>IIдийлик, тимсолийлик меъёрини муболағали тарзда оши-
риш ёлғонга, сохтакорликка сабаб бўлади. Қизиқарли ёки
и\амиятли факт оддий усулда баён қилинган тақдирда ҳам
муҳим ижтимоий моҳияти билан ўқувчи эътиборини ўзига
ЯСВБ этади, осон фахмланади. Бундай факт ҳақидаги ахбо-
ротлар ортиқча матний безаклару сунъий тимсолийликка
>ҳиёж сезмайди. Оммавий ахборот жонли ватаъсирли баён
қилиниши, содда тушунарли тилда ифодаланиши лозим.
Унда оммага номаълум бўлган махсус атамалар, турли хил
қисқартмалар, олимона ифодаланган мураккаб таъриф
тансифлар бўлмаслиги зарур. Матбуот ахборотида чет сўзлар-
пи, тушунилиши қийин неологизмлар, архаизмлар, рас-
мий-идоравий ифода (канцеляризм)ларни ҳуда-беҳуда иш-
латиш ўзини оқламайди.

Рақобатбардошлилик. Ушбу сифат ахборотда юқорида қайд
• лилган барча мезонлар қанчалик мужассам бўлганлиги ҳамда
саҳифада турли мазмун ва йўналишдаги фактлар, ҳодисалар
баённинг муносиб тарзда берилиши билан белгиланади.
Газета саҳифасида турли хил ахборотлар ўзаро уйғунликда
ва муганосибликда намоён бўлади. Бинобарин, сиёсий, иқти-

содий, маданий, илмий ахборотлар «Биласизми?», «Нахот-ки!», «Ажойиботлар оламида», «Гўзаллик салони», «Фойдали маслаҳатлар» каби рукнлар остида бериладиган қизиқтирувчи ҳамда фойдали хабарлар билан алмашилиб, аралшиб кетади. Ахборотнинг рақобатбардошлилиги унинг фавқуллодчилиги хусусияти билан мутаносибдир: нашр рейтинги канча юқори бўлса, унга бўлган ишонч ҳам, ундан келадиган фойда ҳам шунча юқори бўлади.

Рақобатбардошлилик, Д.Рендалл фикрига зид ўлароқ, ахборотнинг товарлик хусусиятига бевосита боғлиқдир. Бу унинг харидоргир бўлишни назарда тутати. Ҳозирги даврда ахборот нефть, газ сингари қимматбаҳо харидоргир ашё сифатида баҳоланмоқда. Баъзи давлатлар томонидан ахборотни муҳофаза қилиш ҳақида махсус қонунлар ҳам қабул қилинган.

Англашилишича, ахборот товар мақомида ҳам ўзига хос хусусиятларга эга (бу масала алоҳида мавзу). Бу ахборотнинг мазмуни, шаклига юксак талаблар ҳам қўяди. Булар:

— истеъмолчини қизиқтира оладиган, жалб эта оладиган тарзда таркибланган, тартибланган ҳамда узатилган бўлиши зарур;

— умумий ижтимоий ва шахсий-хусусий эҳтиёжу манфаатлар уйғун ҳолда мужассамланган бўлиши лозим.

Мазкур талаблар бозор қонуниятларига мувофиқ бўлиб, тараккий этган давлатлар ахборот хизмати ва каналлари айти шу талаблар асосида фаолият юритади. Бизда бу талабларга бироз эҳтиёткорлик билан ёндашилмоқда. Чунки ахборотнинг товарлашиши миллий маънавий қадриятларни муҳофаза қилиш ҳамда янада ривожлантиришдек юксак мақсадлар билан ҳар доим ҳам ҳисоблашавермайди. Ахборотда, айниқса, реклама фаолиятида ҳисобга олиниши зарур бўлган миллий қадриятлар, тарихий анъаналар, маънавий ва маданий маромларнинг мавжудлиги аён ҳақиқат.

Шундай экан, ахборотнинг рақобатбардошлилиги аудиториянинг ўзига ҳослигини, миллий руҳий хусусиятларини ҳисобга олишни тақозо этади. Муайян бир аудитория у ёки бу ахборотга эҳтиёж сезмаслиги ёки уни қабул қилишга рағбат кўрсатмаслиги ҳам табиий бир ҳол. Масалан, Прага телевидениесининг (Чехия) об-хаво ҳақидаги маълумот-

• I • II ялонғоч бир нозаниннинг иссиқ ёки совуқ шароитга | III >фик қийиниши тасвири ёрдамида берилади¹.

V Ўбекистонлик оилалар бундай ахборотларни худди «Там-ц II ••• рскламасидай қабул қилишни исташмайди: айти шу нийтда телевизорни ўчириб қўяди ёки дарҳол бошқа каналга ЁИБ олади. Қўлига пиво ушлаб олган соқоли оқарган шля-ШИИ қариянинг ёш қизчаларга қўзини қисиб мўйловини Вураб «Кетдик, гаплашамиз» деб қулимсираб туриши (бу ПМ рсклама) ўзбекона ахлоқнуқтаи назаридан «қариб қуй-ИЛМаган»нинг аҳмоқона ҳазилидай қабул қилинади ва ки-шмда ёқимсиз таассурот қолдиради.

Пихоятда ривожланган, саноатлашган давлатлар таж-рибасига асосланилса, журналистикадаги рақобатбардош-ИИЛИКНИ шов-шув (сенсация)сиз тасаввур қилиб бўлмайди. Ду мезонга бизда ҳам тез-тез мурожаат қилинадиган бўлиб |....шди (бу ҳақда дарсликнинг махсус қисмида алоҳида III кетади).

Лхборий асос (сабаб) хабарни матбуотда чоп этишнинг Мақсадга мувофиқчилиги мезонларидан бири саналади. Ахборий асос (сабаб) журналистиканинг ижтимоий ва таби-Им жараёнлардан, воқеа-ҳодисалар ўртасидаги муносабат-Қардан (сабаб-натига) ҳар доим хабардор бўлишни, ахборий иқлимдаги ўзгаришларни эътибор билан кузатиб, тах-ЯП этиб беришни тақозо этади. Журналист ўз хабардорли-ПИА асосланиб, юз беражак воқеа-ҳодисалар ҳақидаги да-СТЛаки (тахминий бўлса ҳам) маълумотларга эга бўлиши позим. Бунинг учун у ўз билимини ошириб, турфа хил маъ-пумотлар манбаини узликсиз кузатиб бориши, ижтимоий муассасалар, тузилмаларнинг режа ва дастурларидан ха-оардор бўлиб, уларнинг ижросини ўзича таҳлил қилиб бо-риши талаб қилинади. Бунга журналист воқеликни ақл-фаросат билан кузатиши, ҳодисаларни таҳлилу тадқиқ этиб Г>ориши туфайлигина эриша олади. Аниқ фактни тасдиқ-лаб, номаълумини таҳлил этиб, улар ўртасидаги муноса-батдорликни аниқдаш, мантикий ҳулосалар чиқариш ҳамда баҳолаш журналистлик фаолиятининг доимий мезони бўлмоғи лозим.

Юқорида қайд этилган ва шарҳланган мезонларнинг барчаси биргаликда **ахборотга ижтимоий қийматлили ва**

¹ Экспресс — газета (Россия), 1999, №21.

фойдалилик сифатини беради, жамиятнинг тўлақонли ҳаёт кечиришига имкон яратади. Бу, ўз навбатида, фуқаролар ва ҳокимият, сиёсий муассасалар ва хусусий ҳаракатлар, давлат ва нодавлат идоралари ўртасидаги мураккаб муносабатларнинг уйғунлашувига ҳам хизмат қилади.

Айни мана шу хилдаги жараёнлар демократик ислохотларнинг, ошқора ва очиқ жамиятнинг асосий пойдевори ҳисобланади.

Оммавий ахборот манбалари ва ахборот излаш маданияти

Оммавий ахборот учун зарур бўлган аниқ фактларни, маълумотларни қаердан олиш керак? Навбатдаги материалларни тайёрлашга киришган журналистнинг ҳар сафар ушбу саволни кўнгилдан ўтказиши табиий бир ҳол.

Мазкур саволга тўғри жавоб топа олиш журналист умумий фикрлаш маданиятининг ҳам, хусусан эса касбий-ахборий маданиятининг ҳам ўзига хос кўрсаткичидир. Янгиликлар манбаи қанчалик бой, кенг ва ранг-баранг бўлса, бу маданиятнинг даражаси ҳам шунчалик юқори бўлади.

Албатта, журналист АҚШда «Дискавери» экипажининг учиш бошланишидаёқ портлаши, Клинтон оиласи билан боғлиқ жанжаллар, Б.Ельциннинг истеъфо бериши каби ноодатий, ёрқин воқеа-ҳодисалар билан рўпара келган тақдирда, уларнинг манбаи тартиб-қоидага кўра олдиндан аниқланган ва тайин этилган бўлади. Бунда ОАВ, олимлар, гувоҳлар манба мақомида намоён бўлиши ҳам мумкин. Хуллас, бундай ҳолларда манбалар кўламини тасаввур этиш унча қийин эмас.

Торроққўламдаги, пастроқтоифа ёки доирадаги воқеаларни (уларнинг тури ҳам, миқдори ҳам кўп) акс эттиришда эса, уларнинг манбаи масаласи алоҳида аҳамият касб этади. Чунки улар журналистлар диққат-этиборига тушган тақдирдагина хабар мулоқот каналидан жой олади. Акс ҳолда ниҳоятда муҳим аҳамиятли воқеа-ҳодиса ҳам оммавий аудитория эътиборидан четда қолиб кетаверади.

Тўғри, дунёда, минтақада, мамлакатда, вилоят, туман ёки шаҳарларда юз берган турфа хил воқеа—ҳодисаларнинг энг муҳимларини ҳам қайд этиш ва оммага узатиш имкони

ниҳоятда чекланган. Бинобарин, оммавий мулоқотда хабарлар қилиш жараёнидаги умумий ва хусусий омилларни эътибордан соқит қилиб бўлмайди. Аммо бу йилдан-йилга миқдоран ортиб бораётган ахборот манбалари кўламини кенгайтирмаслик керак, дегани эмас. Манбалар тури ва кўламини кенгайтириш ижтимоий—ахборий эҳтиёждир. Худди шундай ўринда **ахборотни танлаш ва саралаш мезони** ёрдамга келтирилади.

Ҳозирги даврда маҳаллий ёки минтакавий ОАВ журналистлари дунё янгиликларини осон ёритиши мумкин. Чунки Интернет, сунъий йўлдошли телевидение, электрон ҳафтада факсимил алоқа, халқаро радиозиттиришлар сингари дунё ахборот каналлари манба вазифасини ўтайди.

Айни пайтда журналистлар учун бутун дунё эътиборига молик қишлоқ ёқитуман ҳаётига оид янгиликни топиш писбатан мураккаб иш. Гап бундай янгиликларнинг йўқлигида эмас, ҳатто тажрибали журналистлар ҳам одатда бундай воқеа-ҳодисаларни вақтида пайқай олмайдилар ёки уларни умуминсоний кадриятлар силсиласидаги ўрни ва аҳамиятини тўғри баҳолай олмайдилар. Масалан, ватанимиз ОАВлари сўнгги йилларда «андижонча усул» номини олган чигитни плёнка остига экиш воқеасини фаол ёритиб кетмади. Албатта, бу муҳим воқеа, шу боис у журналистлар эътиборидан четда қолмайди. Аммо у ҳақида тайёрланган хабарлар бир-биридан кам фарқ қилади; фактни умумий тарзда қайд этиш билан чекланилади. Ҳамда одатда чигит жиш ва ҳосил йиғиш даврида қайта-қайта такрорланади. Нирорта ҳам ОАВ ходими шу кунгача «андижонча усул»нинг яратилиши, жаҳон пахтачилиги тажрибасида тутган ўрни каби масалаларни, афсуски, ёритиб бергани йўқ. Матбуотимиз ва телевидениемизда Америка пахта териши машиналари ҳозирги замон техникасининг ажойиб намунаси, ўзига хос мўъжизаси эканлиги ҳақидаги фикр кўп бор такрорланади ва ҳар сафар йўл-йўлакай айтилган мулоҳазаларга, алақандай кишиларнинг умумий қайдларига ҳавола (манба) қилинади. Бу хил миш-миш тоифасидаги маълумотларнинг эса материал тайёрланаётган, қайта ишланаётган пайтда шунчаки қўшиб қўйилиши ҳам сир эмас. Аммо айни мана шу муҳим қўшимча тафсилотнинг асосий моҳияти очиб берилмайди, аён далиллар келтирилмайди. Саба-

би янги ишончли манба кидирилмайди, барчага маълум фикрга қайта-қайта мурожаат қилинаверади, оқибатда тайёр андозаларга солинган қолип ахборотлар юзага келаверади. Бундай ҳолларда журналистларга уларнинг лоқайдлиги, ўзини қийнамаслиги, изланмаслиги, осон йўлни танлаши панд беради. Ахборот манбаи билан ишлаш дегани, уни излаш, топиш ҳамда тадқиқ этиш ва тасдиқлаш ҳам дегани.

Кўпчилик журналистлар бир-иккита рақаму ва суҳбатдошлар маълумоти билан чекланадилар. Айтайлик, ишлаб чиқариш мавзуга оид маълумот тўплашга киришган журналист одатдаги анъанавий манбалардан нарига ўтмайди. Заводга, цех ёки фермага бориб, маъмурият вакиллари билан учрашади, уларнинг ютуқлари билан кизиқади, баъзи кўрсаткичларни, исм-шарифларни ёзиб олади. Уларни адабий жихатдан қайта ишлаб, таҳририятга олиб боради. Натижада, бирор корхонанинг ютуқлари ҳақидаги навбатдаги қолипланган сийқа хабар юзага келади. «Вечерний Тошкент» газетасининг 1996 йил 21 апрел сонидида «С полной отдачей» сарлавхали материал чоп этилган. Бундай ахборотлар одатда «қуруқ» ёки «сийқа», ўқишли эмас деб баҳоланади. Чунки бу хил матнлар ақлга ҳам, хис-туйғуга ҳам таъсир этмайди. Улар ўз ишини яхши билган ишлаб чиқариш ходимларида фақат шубҳали саволлар туғдиради. Масалан: «Кўшиб ёзиш, кўз бўямачилик йўқми? Шундай сифатсиз маҳсулот ишлаб чиқариш билан қандай қилиб юксак ютуқларга эришиш мумкин? «Бундай ютуқларнинг асосий омиллари нималардан иборат?»

Агар материал муаллифи мавзунинг ижтимоий моҳиятини атрофлича очиб бериш мақсадида корхонанинг режалаштириш бўлимига, солиқ назорати вакилларига қўшимча маълумот сўраб мурожаат қилганида эди, бундай саволларга ўрин қолмаган бўларди. Ҳокимият, рақобатчи корхоналар, турдош соҳа маълумотларидан муқоясабоп манба сифатида фойдаланганда масаланинг давлат, минтақа қўламидаги ижтимоий қиймати тўғри ва холис талкин этилган бўларди.

Яна бир мисол. Дейлик, муайян бир шахс ҳақидаги лавҳа учун маълумот жамланмокда. Бунда мазкур шахсни билган кишилар, у билан боғлиқ воқеа ва вазиятлар, ишлаб чиқаришнинг ўзига хослиги, шахсий жихатлари, мажлис

шарҳи, қўшимча маълумотлар, бухгалтерия ҳисоботлари каби ҳужжатлар ва, албатта, лавҳа қаҳрамонининг ўзи ахборот манбаи вазифасини ўтайди.

Улар ва буларга ўхшаш бошқа манбаларни жиддий ўргатиш замондошимизнинг тўлақонли тимсолини яратиш учун Црокли материал бериши мумкин. Тўғри, бунга эришиш учун журналистдан малака, маҳорат ҳамда сабр-тоқат тақвон қилинади. Кўпчилик журналистларга худди мана шу шрсалар етишмайди. Улар аксарият ҳолларда масаланинг моҳиятига кириб бормай енгил-елпи тафсилотлар, асосий билан қўлга киритилган юзаки маълумотлар, одатдаги фактлар билангина чекланадилар.

Ўзини қийнамасдан бундай усулда иш тутиш кишиларнинг тақдорларини шахсий сифатларини, ҳуқуқ дунёқараши, меҳнатга, оилага, ҳаётга муносабатдаги ўзига хосликларини аниқ ва тиниқ акс эттиришга имкон бермайди. Оқибатда, тасвирланаётган шахслар бир-биридан деярли фарқ қилмай қолади. Материалнинг қурилиши ҳам, қаҳрамоннинг шахси ҳам андозага мувофиқ (бир қолипда) бўлиб қолаверади.

Меҳнат ёки ижод кишининг тадрижий тақомилини, унинг онгида, қалбида юз бераётган ўзгаришларни бутун мураккабликлари билан кўрсатиши, шу орқали бугунги кун ижтимоий ютуқларини акс эттириш учун журналист ўша кишининг ҳамкасабалари, дўсти-биродарлари билан танишиши ва улар билан эринмай суҳбатлашиши лозим, зарурат туғилса унинг уйида, яқинлари суҳбатида бўлишга тўғри келади. Албатта, қаҳрамон билан самимий мулоқотда бўлиб, ўзига ишонч ўйғота олиши ҳам ниҳоятда муҳим. Шундагина суҳбатдош журналист билан эмин-эркин сўзлашади.

Бу журналистга ўз қаҳрамонининг ҳаётдаги қизиқ воқеаларни, бир ой ёки бир йил олдин юз берган муҳим ҳодисаларни аниқдашга ҳамда акс эттиришга имкон беради. Учрашувларда, суҳбатларда бу кишининг хатти-ҳаракатлари ва руҳиятидаги зарур тафсилотларни, унинг нутқи ва ҳуқуқдаги баъзи жихатларни қўзатиб ахборотни ишлаш асносида улардан ўринли фойдаланиш журналистга катта имкониятлар яратиб беради.

Бу хил мулоқоту қўзатишларнинг бошқа муҳим жихати ҳам бор. Айни мана шу жараён мазкур шахснинг оммавий

ахборот қаҳрамони бўлишига лойиқ ёки лойиқ эмаслиги масаласини ҳал этишга ҳам ёрдам беради. Амалиётда шундай ҳоллар ҳам учраб туради: теран ўйламай ижобий шахс сифатида тақдим этилган киши аслида аксинча бўлиб чиқади. Яқин ўтмишда республикаимиз матбуотида Аҳмаджон Одилов ҳақида чоп этилган, телевидение орқали кўрсатилган кўплаб материал ва кўрсатувлар айнаи шундай ҳолга мисол бўла олади.

Аниқ ва ҳаққоний маълумот олиш ниҳоятда муҳим, тасвирланаётган шахснинг, ҳаётий вазиятнинг аниқлиги, жонлилиги унданда муҳим. Акс ҳолда матбуот сўзининг кадр-қимматини тушириб юбориш мумкин. Шу муносабат билан мамлакатимиз журналистлари ахборий фаолиятидаги қусурли бир жиҳатни эслатиб ўтиш фойдадан холи бўлмайди. Бу қачонлардир урф бўлган тимсолларга, ахборот манбаларига «содиқ» қолишдан, айнаи бир хил шахслар, ходисаларни реклама қилишга ружу қўйишдан иборат. Оммавий аудитория маълум кишиларни телевидениенинг барча каналларидан кўради, радионинг барча эшиттиришларидан тинглайди. Барча газета-журнал саҳифаларидан ҳам яна ўша кишилар ҳақида ўқийди. Гап бу ерда Президент ёки таниқли сиёсатчи, давлат арбоблари ҳақида кетаётгани йўқ. Уларнинг телеэкранларда, газета саҳифаларда тез-тез кўриниши табиий ва одатий бир ҳол. Чунки уларнинг ижтимоий-сиёсий ҳаётда иқтисодий ислохотларни амалга оширишда тутган мақоми ва вазифаси шуни тақозо этади. Гап бу ерда ижтимоий ҳаётнинг турли соҳаларини (масалан, фан, маданият, тижорат, таълим ва бошқа) ёритиш меъёри ва мароми ҳақида бормокда. Журналистлар нима учундир маълум бир кишиларни «топиб олишган»: ҳар доим ўшалардан интервью олинади, ҳар доим «думалок стол» атрофига шулар таклиф қилинади, «Лаззат ошхонаси» меҳмонлари ҳам анъанага мувофиқ яна ўшалар. Оқибатда соддадил томошабин ёки ўқувчи тасаввурда ўша кишилар қиёфасидаги замонавий қаҳрамон тимсоли гавдаланади. Сунъий тарзда яратилган бундай қаҳрамонлар унча кўп эмас. Ҳафсала қилган реципиент уларни номма-ном санаб чиқиши ҳам мумкин. Ўз-ўзидан жамиятимизнинг асослари, намунавий устунлари ҳар доим телеэкранда жилмайиб турувчи ўша қаҳрамонлардангина иборат эмаску, деган ҳақли эътироз туғилади.

В ик-кистонда ўз ишининг моҳири бўлган тажрибали пел... лар, дунёда юксак обрў-эътибор қозонган олимлар, ўз... сулотлари билан жоҳонни лол қолдира оладиган ҳунар... |дд усталар кўплаб топилади. Аммо улар бошлаган ташаб... ' (услар, қўлга киритган улкан ютуқлар ОАВ ходимлари эъти... || |ддан четда қолади.

Бундай ахборот манба (қаҳрамон)лари қандай топилашди? Ҳеч бўлмаганда телеэкранларда интервью бераётган ўша «иамунавий замондошлар»нинг ўзидан баъзи маълумотлар-пп олиш мумкин. Уларнинг ҳар бири жуда бўлмаганда бир-пккита ижтимоий аҳамиятга молик ахборот манбаини — ўз СОҲасининг пешқадами бўлган мутахассиснинг номини а(т)иб бера олади. Улар эса, ўз навбатида, яна бошқа номлардан хабардор қила олади. Демак, ахборот манбаи журналистдан кунт ва чидам билан изланишни талаб қилади.

Кишлоқ хўжалиги мавзuidaги материалга факт тўплаш Зарурати туғилди, дейлик. Бундай вазиятларда тажрибали журналистлар одатда кишлоқ хўжалик бошқармаси, вилоят ёки туман статистика бошқармасига, ҳокимиятларнинг мутасадди бўлимларига мурожаат қиладилар; деҳқон жамоа хўжалик раҳбарлари, оддий деҳқонлар, механизаторлар, молбоқарлару сўғувчилар билан суҳбатлашадилар. Ракамлар, фактларни ёзиб олишади, уларнинг фикр-мулоҳазалари, таклифу тавсиялари, ютуғу камчиликлари билан қизиқадиладар. Материал мавзу учун энг қимматли, аҳамиятли ҳисобланган ахборот манбаларига алоҳида эътибор берилади. Буларнинг барчаси ниҳоятда муҳим ва зарур ишлар. Аммо журналистларнинг аксарият қисми шу соҳага дахлдор фан маълумотларига, илм-фан ютуқларига, афсуски, эътибор бермайдилар. Бу манбаларнинг амалий жиҳатдан муҳим аҳамиятга эгаллиги билан ҳисоблашмайдилар.

Ҳолбуки, ернинг шўрланиш даражаси, ўғит ёки сувдан фойдаланиш маромлари ҳақидаги илмий маълумотлар пахта (ёки бутдой) ҳосилдорлиги муаммосининг ҳали ҳеч ким эътибор бермаган муайян жиҳатини ёритишга хизмат қилиши мумкин. Шу боис масаланинг бир жиҳатини қайд этиб, унинг бошқа томонларини эътибордан соқит қилиш ҳар доим ҳам ўзини оқлайвермайди. Бундан келиб чиқадиган ҳулоса шуки, журналист ахборотни қайта ишлашда унга илмий манбалар нуктаи назаридан ҳам баҳо беришга одатланиши лозим.

Амалиётда эса кўпчилик журналистлар манбалар кўлами кенг бўлишига, уларни излаш ва топиш ўрнига осонгина телефон орқали «иш битиришади». Маълум бир ҳўжалик раҳбаридан телефон орқали олинган маълумотлар асосида каттагина хабар ҳам юзага келади. Баъзан бу усул муаллифни ҳам, газетани ҳам ноқулай аҳволга солиб қўяди.

Ахборот манбалари қанча кўп ва хилма-хил бўлса, оммавий мулоқот шунча ўқишли, эҳтиёжли бўлади, ҳамда журналистни ҳам, таҳририятни ҳам мумкин бўлган ҳато ва нуқсонларга йўл қўйишини олдини олади — ҳаққонийликни, воқелик фактига айнанликни кафолатлайди. Энг муҳими эса, оммавий аудиторияга тўлиқ ва батафсил ахборот узатиш имкониятини таъминлайди. Ушбу талабларга риоя қилинмаган тақдирда, аудиторияга олдиндан маълум бўлган муайян мазмуну ғояни мажбуран тикиштиришдек инсон табиатига ҳам, демократияга ҳам зид бўлган ҳол такрорланиши мумкин.

Собиқ шўролар тузумининг 70 йилдан кўпроқ ҳукмронлик даврида самолётлар, поезд ва кемаларнинг ҳалокатга учраши, «кичик халқлар»нинг норозиликлари, космосга учиб дастурларини бажарилишдаги узилишлар, табиатдаги фавқулодда ўзгаришлар ҳавфи сингари кўплаб масалалар матбуот эътиборидан четда қолиб келган. Бундай фавқулодда янгиликлар бутун дунёнинг ҳамма жойидан узатилгани ҳолда қизил империя ахборот хизмати сукут сақлаган. Шўролар матбуоти учун Афғонистонда ҳеч қандай уруш бўлмаётгандай эди. Дин, наркомания, ирқий адоват, фоҳишалик «ман этилган» мавзулар сирасига кирарди. Буларнинг ўрнига ҳам ҳар куни «дохийлар» ва уларнинг издошлари ҳамда пролетар ва социалистик байналмилаллик ҳақидаги ахборотлар узатиларди. Рекламалар учун эса умуман жой ажратилмасди. Кенг истеъмол молларининг танқислиги вазиятида рекламага эҳтиёж ҳам унча сезилмасди.

Ахборий манбаларнинг кескин чегараланиши оқибатида, энг **аввало**, матбуотнинг ахборот олиш ва узатиш имконияти чеклаб қўйилади. **Иккинчидан**, узатилаётган хабарларнинг ўзи ҳам мазмуний бир хиллик, шаклий қолиплик хусусиятини касб этарди, **бу ўз навбатида**, ижтимоий фикрлаш тарзига ва инсон ҳуқуқларига зарар етказарди.

Ахборот манбалари ва ахборот олиш эркинлиги фирка ирбоблари томонидан белгилаб берилган. Охир оқибат дунёдаги энг катта давлат фуқароларининг онги ёппасига шунчалик ўзгартириб юборилганки, улар ўзларининг қандай ахборот олишга қарамай, қанчалик қўлай бўлганлиги тушиб қолганликларини, ҳаётлари қанчалик қўлай бўлганлиги бичимда кечаётганлигини ҳатто тасаввур қила олмаганлар.

Ҳуқуқ журналистнинг ахборий маданиятини шакллантириш омили сифатида

Медисонга қўра, ўз тақдирини бошқаришга интилаётган халқ кучли бўлиши шарт, бунга фақат билим орқали эришиш мумкин. Бу ерда «билим» истилоҳи остида ахборот بازارда тутилган. АҚШ ва Ғарбий Европа ахборотга эришиш борасида муваффақиятга эришган. У ерларда янгиликлар тезкорлик билан тарқатилади. Ушбу мамлакатлардаги диний, ахлоқий ва урф-одатлар билан боғлиқ фарқларга, мазмунан ранг-баранглик ва хилма-хилликка қарама-қарши, уларнинг оммавий ахборот воситалари ягона тажриба яратдилар: бир хил янгиликлар, муштарак ижтимоий, иқтисодий, сиёсий тасаввурлар, аҳамияти, мазмуни бир хил рекламалар, лекин, булардан қатъи назар, теран мулоҳазани тақозо этувчи ахборий жараёнлар оқими ахборий тараққиётнинг тақомилини тақозо этмоқда. Бу матбуотнинг ҳуқуқий ҳимояланганлик масаласини ечишни, оммавий ахборот тақомиллашувининг қонуний асосларини яратишни талаб қилади.

Бошқача қилиб айтсак, ривожланган давлатларда ахборот таъминоти ва журналистнинг ахборий фаолияти қонун билан тартибга солинади. Бу қонунларнинг ўзига ҳослиги шундан иборатки, улар янгиликларнинг эркин оқимини ҳимоя қилади. Ахборотнинг эркин оқимида ҳалал бермаслик учун ҳар бир журналист ва репортёр ўзига ажратилган ижтимоий вазифани ҳуқуқий маромларга ва журналист этикаси қоидаларига мувофиқ бажаришга интилади.

Турли демократик мамлакатларнинг оммавий ахборот соҳасидаги қонунчилик тизимларини умумлаштирган ҳолда шунини айтиш мумкинки, очиқ жамиятларда ягона тамойилга амал қилишади: «Қонун билан ман қилинмаган ҳамма

нарсаса рухсат этилади». Яъни конун томонидан назарда тутилган таъқиқларга риоя қилиш шарт ҳисобланади.

Узатилаётган ахборот мазмунидаги чеклашлар

Шу маънода барча мамлакатлар қонунчилиги учун бир хил чеклашлар — бу воқеа ва фактларни ўзгартириш, тўхмат қилиш, давлат ёки шахс сирини, хизмат ёки тижоратга дахлдор ахборотни ошкор этиш, фактларни сохталаштириш, конституцион тузумни ағдаришга очиқчасига чакариш, шахсий ҳаётга аралаштириш, давлат идоралари ва мансабдор шахсларни, судни, диний туйғуларни ҳақорат қилиш, миллатчилик, ирқчилик ва апартеид ғояларини тарғибот қилиш, инсон ҳуқуқларини поймол қилиш, одамларни ҳақорат этиш, жинс, ёши, қариндошчилиги, тили, ҳудудий мансублиги бўйича таъқиқлаш, сиёсий, диний эътиқод бўйича камситиш ва бошқалардир.

1996 йилда АҚШ конгресси томонидан қабул қилинган «Ахборот эркинлиги тўғрисида»ги қонун ҳақида алоҳида тўхташ лозим. Унинг низоми 1974 йилда қабул қилинган «Прайвеси (мулк) тўғрисида»ги Қонун билан тўлдирилган ва ривожлантирилган. «Прайвеси» тушунчаси остида ташқаридан қилинадиган ҳар қандай тажовузлардан қонун асосида ҳимояланиш зарур бўлган инсонлар шахсий ҳаётининг барча томонлари тушунилади (давлат ёки баъзи шахслар томонидан бўладиган тазйиқ ва тажовузлардан): шахсий ҳаёт, маслаклар, шахсий ҳуқуқлар, шахс дахлсизлиги, уй, хат-хабарларнинг дахлсизлиги, обрў, шахсий алоқалар ва ҳ.к.

Ушбу ҳужжатлар америкаликларни оммавий ахборот воситалари ахбороти билан қонуний асосда таъминлайди. Мухими шуки, АҚШнинг ҳар қандай фуқароси ўзига керакли бўлган маълумотларни давлат идораларидан сўраб олиш ҳуқуқига эга ва АҚШда кўпчилик бу ҳуқуқдан фойдаланади. Дарвоқе, бу ҳуқуқни амалга ошириш туфайли америкалик хиндулар етакчиси Леонард Пелтиернинг суд иши бутун дунёга овоза бўлди. У ФБРнинг икки хизматчисининг ўлимида айбланиб, умрининг охиригача қамоққа ҳукм этилади. Айблов ҳукмига баллистика экспертизаси на-

ГИжалари асос бўлади. Бироқ унинг адвокатлари - ўзи I юкцалигида - ФБРдан Леонард Пелтиер иши бўйича 11 июни килиб олинган маълумотларда экспертиза ҳулосала-14 июни кўрсатилгани маълум бўлади. Натижада Пелтиер-МИ озод этиш ҳаракати авжига чиқади. Бу ҳусусда А.Бухвалов ва В.Власихин шундай дейдилар: «Ҳужжатларингизни <ри> чиқиш - қизиқарли, бироқ ҳар икки қонуннинг мумкин-моҳияти бунда эмас. Уларда белгиланган презумпциялар, яъни давлат ахборотдан эркин фойдаланиш, ҳукуматнинг жамият фуқаролари олдида ва умуман максимал • | • III жада очиқ бўлиш мажбуриятлари асосийдир».¹

В.Энтин фикрига кўра, ҳуқуқий тажриба матбуотнинг ин(формацион) фаолиятини тартибга солишнинг 3 асосий мериантини ишлаб чиқди. Бу ҳусусда изох бераётиб, у шун-141 дейди: «Ҳаммага маълум бўлган АҚШ конституцияси-|;| киритилган биринчи ўзгартириш конгрессга сўз эркинлигини чекловчи ҳар қандай қонун қабул қилишни таъқиқлайди. Буни тартибга солиш бир қатор суд қарорлари орқали амалга оширилади. Бу қарорлар ҳар бир аён вазиятда конституциявий қийматни белгиловчи манфаатлар мувоиқлигини ҳисобга олган ҳолда ушбу таъқиқни қўллаш чегараларини изохлаб беради».²

Буюк Британияда эса ҳуқуқлар тўғрисидаги ягона ҳужжат ва мажмуалаштирилган (билл ҳисобланадиган) конституция мавжуд эмас. Бироқ бу матбуот фаолияти қонун билан тартибга солинмайди, дегани эмас. Бир томондан, бу махсус қонунларда кўриб чиқилади (давлат сири тўғрисида ва ҳ.к.), бошқа томондан, «эркин матбуот» тушунчаси «эркин шахс» тушунчасидан келиб чиқади. Шундай қилиб, матбуот тўғрисида махсус (алоҳида) қонун йўқ, матбуот эркинлигини бўғишни ман қилувчи қонун ҳам мавжуд эмас. Қонуний жиҳатдан матбуот эркинлигини ҳуқуқий меъёрлар эмас, балки Буюк Британия қонунидан фойдаланишнинг процессуал имкониятлари таъминлайди.

Францияда эса матбуот эркинлигини тартибга солишчи мукаммал қонунчилик ишлаб чиқилган. Бу ерда қонун иккита асосий масалани ҳал қилади: матбуот эркинлиги суи-

¹ Бухвалов А.Г., Власихин В.А. Правовые основы свободы информации. // Международная жизнь, 1990, №7, 56-6.

² Энтин В. Пресса на рынке информации. М., 1992, 3-4-б.

стеъмол қилганлиги учун ким ва қандай даражада масъул-лиги ва матбуотнинг қандай хатти-ҳаракатлари суистеъмол қилиш ҳисобланишидан иборат.

Албатта, миллий, тарихий, русумий анъаналарни ҳисоб-га олувчи бошқа мамлакатлар қонунчилигида ўзига хос но-зик томонлар мавжуд. Шунга қарамасдан, умумдемокра-тик интилишлар доирасида ривожланаётган мамлакатлар сиёсий, иқтисодий ва ижтимоий соҳаларда ошқоралик та-рафдорлари сифатида чиқишмоқда. Ва соғлом, тўсиқсиз ахборот оқими таъминлаш учун матбуот эркинлигини инсоннинг асосий ҳуқуқлари сирасига киритишмоқца. Ин-соннинг бу ҳуқуқлари тўғрисидаги Билл (қонун)да кўрса-тилган. Бунда инсон ҳуқуқлари Умумжаҳон декларацияси-нинг 19-моддасига амал қилинади. Бу моддага кўра, ҳар бир одам фикр эркинлиги ва эътиқод эркинлиги ва ахбо-ротни ҳар қандай воситалар орқали (давлат чегараларидан қатъи назар) излаш, олиш ва тарқатиш эркинлиги каби ҳуқуқларга эга. «Фуқаролик ва сиёсий ҳуқуқлар тўғриси-да»ги халқаро Пактнинг 19-моддасига биноан эса, ҳар бир одам давлат чегараларидан қатъи назар оғзаки, ёзма ёки ўз хоҳишига кўра бошқача йўллар билан ҳар қандай турдаги ахборот ва ғояларни излаш, олиш ва тарқатиш эркинлигига эгадир.

Халқаро микёсда орттирилган тажриба Мустакил Давлат-лар Ҳамдўстлиги, Шарқий Европа мамлакатлари, ҳозирги вақтда тоталитаризмдан демократияга ўтаётган барча мамл-каатлар учун муҳим аҳамият касб этмоқда. Бироқ бу тажри-бани миллий ва бошқа ўзига хос хусусиятларга, халқнинг менталитети ва турмуш тарзига мослаштириш лозим. Шу жиҳатдан Ўзбекистон мисоли истисно бўлолмайди.

1991 йил 31 августда Ўзбекистон ўз мустақиллигини эълон қилди ва демократияга асосланган фуқаролик жа-мияти, бозор иқтисодиёти, ҳуқуқий дунёвий давлат барпо этиш йўлини танлади. Бу 1992 йил 8 декабрда қабул қилин-ган Ўзбекистон Республикаси Конституциясида ўз ифода-сини топди. Дунё тажрибасининг ижобий ютуқларини ўзи-да мужассам этган ушбу асосий қонун Ўзбекистон халқла-рининг хоҳиши, руҳияти ва маданиятини акс эттиради. Конституция умуминсоний қадриятлар тарафдори эканли-гини, халқаро ҳуқуқ устуворлигини эълон қилади. Унга

ИНсон ҳуқуқлари Умумжаҳон декларациясининг асосий ! Ишлари сингдирилган: инсон ҳаёти, шахси ва эркинлиги-нинг дахлсизлиги таъкидланган.

Мамлакатимиз Конституциясида халқаро конституциявий | 1 | риба ҳисобга олинган, мафқуралаштиришдан воз кечил-|,п. Эркин шахс ва сўз эркинлиги, дин ва эътиқод эркин-III қафолатланган.

Конституцияга мувофиқ, Ўзбекистонда давлатчилик ЮСИНИ плюрализм (кўпфикрлик), кўппартиявийлик, н.тиқод эркинлиги, жамиятда манфаатлар кўплигининг млнжудлиги ва бошқалар ташкил этади. Конституциямиз-ппиг 67-моддасида оммавий ахборот воситалари эркинли-ли қонунга мувофиқ ҳолда фаолият юритиши, уларга ахбо-ротнинг ҳаққонийлиги учун маъсулият юклатилганлиги, цсизурага йўл қўйилмаслиги тайин этиб берилган.

Ушбу модда коммунистик мафқура монополиясидан воз кечишни қафолатлайди, демократияга асосланган матбу-отни ташкил этиш ва ривожлантириш учун ҳуқуқий имко-пиятлар яратади. Асосий қонуннинг ушбу моддаси ОАВ тўғрисида махсус қонунлар ишлаб чиқиш учун асос бўлди. Улар орасида қуйидаги қонунлар мавжуд: «Оммавий ахбо-рот воситалари тўғрисида» (1997 йил 26 декабр), «Ношир-лик фаолияти тўғрисида» (1996 йил 30 август), «Ахборот олиш қафолатлари ва эркинлиги тўғрисида» (1997 йил 24 апрел), «Журналист фаолиятини ҳимоя қилиш тўғрисида» (1997 йил 24 апрел), «Реклама тўғрисида» (1998 йил 25 де-кабр) ҳамда «Ўзбекистон Республикаси ҳудудида чет эл-лик ОАВ мухбирларининг профессионал фаолиятини тар-тибга солувчи асосий қоидалар» (1998 йил 11 сентябр).

«Оммавий ахборот воситалари тўғрисида»ги Қонунда «Ҳар ким оммавий ахборот воситаларида чиқиш, ўз фикри ва эътиқодини ошқора баён этиш ҳуқуқига эгадир»... «Эълон қилинаётган хабарлар ёки материаллар олдиндан келишиб олиниши, уларнинг матни ўзгартирилишини ёки бутунлай нашрдан олиб қилинишини (эфирга берилмаслигини) та-лаб қилишга ҳеч кимнинг ҳаққи йўқ», деб белгилаб қўйил-ган.

Ушбу Қонуннинг 6-моддасида оммавий ахборот воси-таларидан фойдаланишда суистеъмолларга йўл қўйилмас-

лиги борасида қуйидагилар тайин этиб қўйилган: «Оммавий ахборот воситаларидан Ўзбекистон Республикасининг мавжуд конституциявий тузумини, ҳудудий яхлитлигини зўрлик билан ўзгартиришга даъват қилиш, уруш ва зўравонликни, шафқатсизликни, миллий, иркий ва диний адоватни тарғиб этиш, давлат сирини ёки қонун билан қўриқланадиган ўзга сирни ошкор этиш, жиноий жавобгарликка сабаб бўладиган бошқа хатти-ҳаркатларни содир қилиш мақсадида фойдаланилишга йўл қўйилмайди.

Оммавий ахборот воситалари орқали фуқароларнинг шаъни ва кадр-қимматини таҳқирлаш, уларнинг шахсий ҳаётига аралаштиш тақиқланади.

Прокурор, терговчи ёки суриштирувчининг ёзма рухсатисиз дастлабки тергов материалларини эълон қилиш, муайян иш бўйича суд қарори чиқмасдан туриб ёки суднинг ҳал қилувчи қарори ёхуд ҳукми қонуний қучга кирмай туриб, унинг натижаларини тахмин қилиш ёки судга ўзгача йўл билан таъсир кўрсатиш, номини кўрсатмаслик шарти билан маълумот берган шахснинг номини ошкор қилиш (суд ошкор этишни талаб қиладиган ҳоллар бундан мустасно) тақиқланади».

Бундай чеклашлар дунёнинг барча тараққий этган давлатларида амал қилади, қолган барча ҳолларда эса қонун ахборот эркинлигини таъминлайди. Қонуннинг 11-моддаси эса ҳам юридик, ҳам жисмоний шахсларга ОАВ таъсис этиш ҳуқуқини беради.

Ахборотнинг эркин оқими, 27-моддада белгиланганидек, раддия ёки жавоб қайтариш ҳуқуқининг амал қилишидир. Унга кўра юридик ёки жисмоний шахс ОАВда эълон қилинган ёлғон ва унинг шаънига доғ туширадиган маълумотлар бўйича раддия беришни тахририятдан талаб қилишга ҳақлидир. Раддия ёки жавоб махсус рукн остида ёки жавоб пайдо бўлишига сабаб бўлган материал жойлаштирилган ҳудди ўша қаторда (бетда) эълон қилиниши шарт. У раддия ёки жавоб тахририятга келган кунидан бошлаб 1 ой давомида газеталарда эълон қилиниши лозим, бошқа даврий нашрларда — навбатдаги сонидида эълон қилиниши лозим. Радио ва телевидение орқали раддия ёки жавоб келган кунидан бир ой ичида узатилиши лозим. Бу раддия ҳудди ўша кўрсатув эфирида ёки кўрсатувлар циклида берилади. Агар

... [нинг узатилиш ҳажми ёки вақти ОАВ фаолиятига заҳир етказмаса, унда раддиянинг асосли ва тўғри матнини 1, \rp\] этишга йўл қўйилмайди. Агар ОАВ раддияни эълон 11 п 11 дан бош тортса ёки мақола муддатини белгилашда ҳа- (шиққа йўл қўйса, юридик ёки жисмоний шахс судга му- рожаат қилишга ҳақлидир.

«Ахборот олиш қафолатлари ва эркинлиги тўғрисида»ги Қонун эса ҳар бир одамнинг ахборотни эркин ва тўсиклар- • н | излаш, олиш, ўрганиш, узатиш ва тарқатишдек қон- 11 п гуциявий ҳуқуқини амалга ошириш жараёнида вужудга 11 гсадиган муносабатларни тартибга солиди, ҳар бир фуқа- ронинг ахборот олиш ҳуқуқини қафолатлайди. 7-модда эса [авлат идоралари, фуқароларнинг ўзини-ўзи бошқариш Органлари, ижтимоий бирлашмалар, корхоналар, муасса- ' цлар, ташкилот ва мансабдор шахслар зиммасига ҳар бир • дамнинг ҳуқуқ ва қонуний манфаатларига тааллуқли ҳуж- жатлар, қарорлар ва бошқа материаллар билан танишиш имкониятини таъминлаш мажбурияти юклатилган. Ахбо- рот олиш имконияти тегишли материалларни нашр қилиш РВ тарқатиш йўли билан таъминланади.

Сўз ва матбуот эркинлигига 10-модда қафолатлаб қўйил- I ;ш, унда ахборот манбалари ва муаллиф таҳаллуси унинг розилигисиз ошкор этилмаслиги, булар фақатгина суд қаро- ри билан ошкор қилиниши мумкинлиги белгилаб қўйил- Ган. 13-моддада эса ахборот олиш ҳуқуқини бузганлик учун жазибгарликка тортилиши мумкинлиги қайд этилган.

Оммавий ахборот жараёнининг ҳуқуқий асослари «Жур- палист фаолиятини ҳимоя қилиши тўғрисида»ги Қонунда мустаҳкамланган. Ушбу Қонун журналистнинг касбий фа- олияти билан боғлиқ ҳолда вужудга келадиган муносабат- ларни тартибга солиди, унинг ҳуқуқ ва мажбуриятларини белгилайди, ҳуқуқий ва ижтимоий қафолатлар беради, журналист фаолиятини муҳофаза қилиш тўғрисидаги қонун- чиликнинг бузилганлиги учун жавобгарлик даражасини аниқлайди.

Жумладан, 14-моддада давлат идоралари, фуқароларни ўз-ўзини бошқариш органлари, жамоат бирлашмалари, муассаса ва ташкилотларининг мансабдор шахслари цен- зура қилганлиги учун, керакли ахборотни сўраш ва олиш- да журналистнинг ҳуқуқи бузилишига, журналистга таъ-

сир ўтказганлиги учун, унинг касбий фаолиятига аралашганлиги учун, ундан материал ва техник воситаларини нр-қонуний тортиб олганлиги учун жавобгарликка тортилиши белгилаб қўйилган. Ушбу Қонунда белгилаб қўйилган ҳуқуқларни бузганлиги, журналистнинг шаънига доғ тушириш, ҳаёти, соғлиғи ва мол-мулкига таҳдид солиш, зўравонлик қилиш ҳоллари учун жавобгарлик тайин этиб қўйилган.

«Ноширлик фаолияти тўғрисида»ги Қонунга ҳам аҳамият бериш лозим. Унда нашриётлар ва матбаа корхоналар фаолияти соҳасида эркинлик ва мустақиллик белгиланган. Ушбу қонуннинг 8-моддасига биноан юридик ва жисмоний шахслар нашриёт ва матбаа корхоналарининг муассислари бўлиши мумкин. 9-моддага биноан, ношир нашриётнинг, матбаа корхоналари ҳамда матбаа маҳсулотларини таркатувчи корхоналарнинг муассиси бўлиш ҳуқуқига эгадир; матбаа маҳсулотларни чоп этиш режаларини мустақил равишда тузиш ва тасдиқлаш, Ўзбекистон муаллифлари асарларидан хорижда ва чет эллик муаллифлар асарларидан Ўзбекистон Республикасида фойдаланиш, нашр этиш ва тарқатиш бўйича чет эллик юридик ва жисмоний шахслар билан шартномалар тузиш ва воситачилик хизматларини амалга ошириш ҳуқуқларига эга; нашрий маҳсулотларни тайёрлаш ва нашрдан чиқариш учун буюртмалар олиш; қонунга мувофиқ равишда бошқа фаолиятларни амалга ошириш ҳуқуқига эгадирлар. Шунингдек мамлакат ташқарисига нашр қилинган маҳсулотларни олиб чиқиш ва уларни мамлакатга олиб кириш кафолатланади (14-модда) ҳамда ушбу қонун талабларига риоя этмаслик учун жавобгарлик тайин этилади.

«Муаллифлик ҳуқуқи ва турдош ҳуқуқлар тўғрисида»ги Қонунда эса муаллифлик ҳуқуқининг амал қилиш соҳаси, муаллифлик ҳуқуқи билан муҳофаза этиладиган асарлар, муаллифлик ҳуқуқи объектларининг турлари, асарнинг дахлсизлик ҳуқуқлари, турдош ҳуқуқларнинг объект ва субъектлари ва ҳоказолар кўрсатиб ўтилган.

Ушбу қонунларнинг ҳал қилувчи хусусияти ва аҳамияти уларнинг охириги моддаларида қайд этиб қўйилган. Бу моддаларда қайд этилганига мувофиқ, агар Ўзбекистон Республикасининг амалдаги қонунлари халқаро ҳуқуқ маром-

ирига мос келмаса, унда халқаро шартнома қонун-қоидалари қўлланилади.

Лхборот соҳасида қонун ҳукмронлиги (устуворлиги) та-Мойили, сўзсиз, мустақил тараққиётнинг эришган ютуқларидан бири ҳисобланади. Бу тамойил хабарларни тарқатиш-пи янада кенгайтиради ва самарали қилади.

Биз ОАВ ҳуқуқий асослари бўлган қонунларнинг моҳия-ТИНИ мухтасар баён қилдик. Энди мазкур қонунлар, моддаларини тушунишда ва унга амал қилишдаги аҳвол ҳақида \ам қисқача тўхталиб ўтамиз.

Баъзи ОАВ таҳририятлари томонидан бериб борилаёт-Ган ўзига хос «огоҳлантиришлар»га эътибор берайлик. Масалан, «материалларда келтирилган саналар, фактлар ва бошқа маълумотларнинг ҳаққонийлиги учун муаллифлар маъсулдор» ёки «эълон қилинаётган материаллардаги муаллифларнинг фикр-мулоҳазалари таҳририят позициясини акс эттирмаслиги мумкин» («Правда Востока»). Бу огоҳлантириш «Ахборот олиш кафолатлари ва эркинлиги тўғрисида»ги Қонуннинг 11-моддасига моҳиятан зид. Қонунда кўрсатилишича, ОАВ эълон этилаётган ахборотнинг тўғрелигини текширишга мажбурдир ва улар ахборот манба билан биргаликда белгиланган тартибда жавобгардирлар.

Таҳририятларнинг «Рекламада ва эълонларда маълумотлар ҳаққонийлиги учун жавобгарлик реклама берувчи зиммасидадир» («Вечерний Ташкент», «Мулқдор» ва бошқалар) дейилган шартларининг қонунийлиги ҳам мунозаралидир. Чет эл ОАВ тажрибасидан келиб чиқадиган бўлсак, бундай изоҳларга эътибор қилмаслигимиз ҳам мумкин. Бирок, бизнинг матбуот рекламасини, унинг сифатини ривожлантириш тўғрисида алоҳида саъй-ҳаракатларимиз тилга олинган зиддиятга (қарама-қаршиликка) аниклик кири-тишни тақозо этади.

ОАВ фаолиятини тартибга солувчи қонунлар туфайли ҳозирги давр республика газета ва журналларида, телевидение ва радиода катта жой ижтимоий ҳаётнинг бутун манзарасини қамраб олувчи турли хил хабарларга ажратиб берилмоқда.

Масаланинг бошқа жиҳати ҳам бор. Бу мамлакатимиз журналистларининг ҳуқуқий маданиятига бағишланган ижтимоий ва маркетинг тадқиқотлари натижаларига кўра

ОАВ ходимларининг ҳуқуқий маълумотлилик даражаси анча паст бўлиб, ҳуқуқий фуқаролик жамияти куриш жараёнидаги ислохотларнинг талабларига тўла жавоб беролмаяпти. Ўзбекистон Республикаси Президенти девони таҳлилий Марказининг журналистларни қайта тайёрлаш Халқаро маркази билан ҳамкорликда ҳамда М.Улуғбек номидаги Ўзбекистон Миллий Университети (аввалги ТошДУ) журналистика факультети ходимлари, ўқитувчи ва талабалари иштирокида 1998 йилнинг феврал-март ойларидаги биринчи ярмида ўтказилган сўров якунлари шундан далолат беради. Анкета сўрови 5 та шаҳар: Тошкент, Нукус, Самарқанд, Бухоро ва Навоийдаги газета, журнал, радио ва телевидениеларида ишловчи журналистлар орасида ўтказилди. Сўров ўтказишдан мақсад асосан қуйидаги муаммоларни ўрганиб чиқиш эди: журналистлар ОАВ тўғрисидаги қонунларни билишадими, уларга ўз журналистлик фаолиятларида амал қилишадими, ушбу қонунлардан яна ҳам самаралироқ фойдаланиш учун нима ҳалакит бераяпти, республикада журналистиканинг обрўси қай даражада, унинг обрўсини ошириш учун нима-лар қилиш зарур.

Олинган жавоблар таҳлилидан қуйидаги хулосаларга келинди:

- журналистларнинг катта қисми Ўзбекистон ОАВлари бугунги кунда етарли обрўга эга эмаслар, деб ҳисоблашади;
- журналистлар қонунлар ёрдамида матбуот мавқеини тиклаш мумкинлигига ишонишади. Бироқ бунинг асосий шарти ушбу қонунларнинг турли даражадаги бошлиқлар (айниқса таҳририятлар) томонидан сўзсиз бажарилиши билан боғлиқ деб билишади;
- журналистларнинг ўзлари 1997 йил қабул қилинган ОАВ тўғрисидаги қонунларни яхши билишмайди. Сўров қилинганларнинг ярми биронта ҳам қонуннинг, ҳатто улардан лоақал биттасининг номини аниқ айтиб беролмаган. Шу боис сўралганларнинг бу қонунларга мувофиқ ҳолда ўз ҳуқуқларини (44%) ва мажбуриятларини (54%) яхши билиши ҳақидаги жавоблари шубҳа туғдиради;
- журналистларнинг ўзларида цензура зарур деган ақида кучлидир (учдан бир қисмидан кўпроғи цензура керак, дейди);

! пюб берувчиларнинг 70% қонунлар томонидан тайилган мустақил журналист текшируви ўтказиш

• п! 1; III бирон марта ҳам фойдаланмаган;

76% журналистлар бирон марта ҳам фавқулодда ходи-
- Пп иерган худудда бўлмаганлар (гарчи қонунларда бу
.1 ||и .1 ман қилинмаган. Шу йўл орқали ахборот тақчиллиги-
штраф қилиш мумкин). Айни пайтда журналистлар-
| 57% бундай худудларда бўлиш учун ҳеч қандай зарурат
|еб ҳисоблашади;

сўровда қатнашганларнинг ярми янги қонунлар ўз
ф.ншиитларига таъсир қилганлигини айтишмоқда, аммо
улрнинг учдан бир қисми қонунлар аслида ишламаяпти
н ИП фикрда;

журналистларнинг 44% қонунлар асосида ахборот
ЮТИШ ва олиш енгиллашди, деб таъкидлайди;

жавобларнинг ярмида таҳририятлар раҳбарлари тан-
КИДИЙ материалларни текширишни, манба билан солиш-
ширишни талаб қилиши қайд этилган;

журналистларнинг тажрибасида (77%) тўпланган
мълумотларни улардан тортиб олиш ҳоллари бўлмаган,
уларнинг 83% фоизиди эса бундай материаллар ҳақида тур-
ли даражадаги бошлиқларни хабардор этишга мажбурлаш
ҳоллари бўлмаган;

- сўров қилинганларнинг 57% олий ёки ўрта даражали
ношлиқлар қабулида бўлишга ҳаракат қилганлар (1997-98
йилларда);

- ОАВ тўғрисидаги қонунларга қўшимчалар киритиш
оорасида журналистларга транспортдан фойдаланиш им-
тиёзларини бериш ва цензурани бутунлай таъқиқлаш
қакидаги таклифлар бор;

- сўров қилинганларнинг деярли ярми Шарқда қонун-
га нисбатан анъана кўпроқ мавқега эга деб ҳисоблайди;

Умуман изланишлар натижаси қуйидагиларни таъкид-
лашга асос бўлади: журналистларимизнинг ҳуқуқий онги ва
маданиятини ошириш лозим. Бунга ҳеч қандай шубҳа йўқ.
Шарқда қонунга кўра анъана устундир деган фикр муайян
асосга эга. Дарҳақиқат, бу ерда одамлар кўпроқ ижтимоий
фикрга кулоқ тутишади ва кўпроқ унга ишонишади (ОАВ
ҳам унинг бир қисми). Бу ерда эътиборда тутиш зарур бўлган
муҳим бир жиҳат бор. Бу ҳам бўлса анъана ва ижти-

мой фикр билан ҳуқуқий қоидалар ўртасидаги узвий уйғунликнинг мавжудлигига ишонч ҳосил қилишдан иборат. Фуқаролар ҳуқуқий онгини шакллантириш, журналистларнинг бу борадаги хабардорлик даражасини юксалтириш бундай ишонччи ҳосил қилишнинг муҳим омилidir.

Мустақиллик эълон қилинганидан кейин Ўзбекистон халқларида тоталитаризм тузумини бошидан кечирган барча халқлардаги каби, бир қолипга туширилган ҳуқуқий онгни «тўғрилаш»дек тарихий имконият пайдо бўлди. Бу имкониятдан фойдаланиш самараси журналистларга кўпроқ боғлиқ. Бунда фақат бошқарув билан кифояланиб бўлмайди.

Фармонбардор ўтмиш билан ҳайрлашиш жараёни умуман жамият учун ҳам, хусусан, ОАВ учун ҳам мураккаб ва машаққатлидир. Жамиятдаги турли тоифа ва қатламларнинг сўз эркинлигига ва умуман оммавий ахборотга, жумладан, нодавлат ОАВга муносабати қандайлигини тахминан тасаввур қила оламиз. Хусусан, ОАВ журналистлари ўзларининг касбий бурчини (ахборот тарқатиш ва ижтимоий фикрни шакллантириш) ОАВ тўғрисидаги қонунчилик ҳаракати билан бевосита боғлиқлигини яхши билишади (мувофиқлаштиришади). Бугунги кунда кўпгина вилоят, шаҳар, туманларда давлат ОАВ билан бир қаторда нодавлат телерадиостанциялар ташкил этилган. Уларнинг фаолияти маҳаллий бошқарув органлари томонидан қўрқув ва эҳтиёткорлик билан қарши олинди. Хусусий электрон ОАВ ва уларнинг «яшаш учун» курашини биз ҳуқуқий онг шаклини тўғрилашдаги қадамлар сифатида кўриб чиқишга ҳақлимиз. Ҳозирда республикада «Гранд», «Сезам», «Орият-Доно» (Тошкент), «Водий садоси» (Фарғона водийси) радиостанцияларининг, «СТВ» (Самарқанд), ЁТРК (Андижон), «Орбита-ТУ» (Ангрен), «Мулоқот ТВ» ва «Марғилон ТВ» (Фарғона вилояти), «Бахтиёр — ТВ» (Жиззах), «Алоқа-АК» (Гулистон), «Қалдирғоч» (Ғузор, Қашқадарё вилояти) телестанцияларининг рейтинги анча юқори. Уларнинг журналистлари ўз фаолиятлари давомида қонунчилик нуқтаи назаридан турли вазиятларга тез-тез тушишади. «Ишегпето Кеглюк ШБекгап» ваколатхонаси томонидан ўзбек ва рус тилларда нашр қилинадиган «Вестник ТВ»нинг ҳар сониди бу ҳақда шарҳлар берилиб туради. «Вестник ТВ» (ТВ Ахборотномаси)нинг биринчи сони 1998 йил февралда АҚШнинг Халқаро ривож-

лантириш Агентлиги ёрдами биланчиққан (УЗАГО) вабосма ЦИ электрон шаклларда тарқатилган.¹

1 Н Ахборотномаси (2000 йил, март) ўзининг 30-сони Пиринчи саҳифасида «ТВ нинг ҳокимлик билан суди» саршхали мақоласини жойлаштирган. Унда Ўзбекистон Республикаси журналистикаси тажрибасидаги бир воқеа ҳақида Цикоя қилинади: Урганчдаги мустақил «АТС» телекомпанияси ўзининг чекланган ҳуқуқларини қайта тиклаш ва 14 июл мувофиқлаштириш комиссияси томонидан телевизионнинг қонуний ёпиб қўйилиши оқибатида моддий ва маънавий зарарни қоплаш учун шаҳар судига мурожаат қилган. Ушбу даъво суд томонидан қўриб чиқиш учун қабул қилинади. Фуқаролик-процессуал кодексининг 203-206-Моддаларига асосланиб, суд шундай қарорга келди: «АБС» телекомпаниясининг даъвоси асоссиз деб топилсин ва унинг пошлиғи ТҚКга мурожаат этиш ҳуқуқидан фойдаланиши мумкинлиги қайд этилсин (телекомпания фаолиятини амалга оширишда лицензия олиш учун ТҚКга мурожаат қилиш ҳуқуқи).

Суд қароридан қоникмаган томон 20 кун ичида суднинг бу ҳукми устидан шикоят қилиб, Хоразм вилояти судига мурожаат этишлари мумкин эди. Масаланинг моҳиятига назар ташлайлик. Бу нима — мағлубиятми ёки ғалабамми? Бу саволга бир томонлама жавоб бериб бўлмайди. Бир тарафдан, суд «АБС» телекомпанияси фойдасига қарор чиқармади. Иккинчи тарафдан, суд «АБС» телекомпаниясининг даъвосини қўриб чиқиш учун қабул қилди. Бу, шубҳасиз, ҳуқуқ соҳасининг демократлашуви жараёнидан далолат беради. Муҳими эса мустақил телекомпания давлат органи билан судлашишига қарор қилди ва буни охиригача етказди. Яъни, у мавжуд қонунчиликка таянган ҳолда ҳимояланиш ва ўз ҳуқуқларини талаб қилиш каби ўзининг конституциявий ҳуқуқидан фойдаланди. Аслида ОАВ соҳасида сабоқ бўларли ҳодиса юз берди — бу энг муҳими.

Шундай қилиб, Ўзбекистонда ахборот бозорида демократиялашаётган ҳуқуқий соҳанинг шаклланиш жараёни кетмоқда. Бу ўзбекистонлик ўқувчи, томошабин ва эшитувчиларга эркин фикрли ахборий жараёнга аралашшиш

¹ Ахборотномани Интернетдан қуйидаги адрес орқали ўқиш мумкин: <http://yushleme.uz.net/Билдир/111,Билдир.Билдир>.

имконини беради. Бу ахборотнинг юзага чиқишида республика ҳамда халқаро ОАВлар муҳим рол ўйнайди.

Мамлакатимиз ахборот майдонида қонунга мувофиқ равишда Си-Эн-Эн, Би-Би-Си, «Немис тўлқини», «Свобода» («Озодлик»), Россиянинг ОРТ, НТВ, ТВЦ, РТР, ТВ-6, АСТ, РЕН-ТВ, ТНТ, Туркиянинг Евразия каналлари ўз дастурларини узатмоқда. Ўзбекистон пойтахтида чет эл ахборот агентликларининг, газета, телерадиостанцияларининг ваколатхоналари очилган. Бундан ташқари Ўзбекистонда машҳур газета, журнал, теле ва радио дастурларининг электрон вариантларини эркин олиш ҳам мумкин.

Буларнинг барчаси журналистларимизнинг оммавий ахборий жараён соҳасидаги дунё тажрибасини ўрганиши учун хизмат қилмоқда. Шу боис Ўзбекистонда ахборот мавзулари қўламини кенгайтириб бормоқда, камчиликлар бартараф қилинмоқда. Шунга қарамай бизнинг матбуотимиз ҳозирча муаммалардан йироқ. Дунё стандартларига жавоб бериши учун ҳали кўп иш қилишимиз лозим. Муҳими, бу борада бизда кучли интилиш бор: умумжаҳон ахбороти жараёнларига Интернет, мультимедиа, факсимил алоқа ва б. орқали жалб қилинганмиз. Жаҳондаги ахборот оқимларининг қўшиливи жараёнида, ахборот олами соҳасида рақобатли кураш авжига чиқаётган бир пайтда бу умумий ахборий жараёндан четда қололмаймиз.

2-МАВЗУ. ИНТЕРНЕТ - ОАВНИНГ ЯНГИ ТУРИ СИФАТИДА

Интернет — универсал умумахборий муҳитдир

Сўнги вақтларда МДХ ва Шарқий Европа давлатларида содир бўлаётган воқеалар, коммунизмнинг инкирози ва «совуқ уруш»нинг тугаши замонавий дунёни кескин ўзгартириб юборди. Ҳозирги геосиёсий ҳолат ва бунинг келтириб чиқарган ижтимоий-сиёсий жараёнларни инқилобий деб аташмоқда. «Аmmo биз яна бир - ахборий инқилобнинг гуноҳи бўлиб турибмиз.

1989 йили Берлин девори бузилганидек, бу инқилоб халқлар орасидаги тўсиқларни бартараф этмоқда. Янги электрон магистраллар Бишкек билан Пекинни, Вильнюс билан Ванкуверни, Душанбе билан Даккарни боғлаб турибди. Журналистлар — коммуникация соҳаси мутахассислари сифатида ушбу инқилобнинг марказида бўлишлари шарт».¹

Ахборот асри журналистнинг хизматида хабарларни узатувчи, таҳлил қилувчи ва сақлаб берувчи янги воситалар: компьютерлар, терминаллар, лазерли принтерлар, жадвал-тузгичлар, ахборот сақлашнинг оптик тизими, уни айнан ўзгаришсиз ҳолда тарқатиш воситалари, микротўлқинли, йўлдошли ва шу кабиларни ўз ичига олувчи телемулоқот (телеалоқа) тизимларини берди. Бу технологиялар журналистларнинг ўзгарувчан шароитларга мослашуви учун, жамиятнинг таракқиёти учун оммавий ахборот воситалари орқали ёрдам беради.

«Ахборий портлаш» асрида журналист улкан ахборот оқимида жиддий таҳлил назари билан ёндашиб, масалаларни ижодий ҳал этиши, қарама-қаршиликларни муқояса қилиб, сиёсий вазиятларни, муаммолар ҳолатларини муҳит ва эркин мушоҳада қилиб бориши лозим. Ахборий таъминот эҳтиёжи ОАВлари вакилларида қизиқувчанликни талаб этадиган фавқулодда ҳолатларда фаолият юритишга ундайди. Ва бу ишда глобал компьютер тармоғи ва Интернет ёрдамга келади. Интернетнинг вужудга келиши-

¹ Бейл Э. Предисловие. Қаранг. Алджон Р., Раффин Х. Интернет для журналистов. 3-чи нашр, 1997, октябрь, 3 б.

ни XIV асрнинг охирида Германияда арзон қоғознинг ва 1450 йилда Гутенберг томонидан босма дастгохнинг ихтиро қилиниши, XV асрдаги Европа Алоқа институти ташкил этилиши каби ходисаларга қиёслаш мумкин. Зеро, фан ватехника, сиёсат, иқтисодиёт ривожига, умуминсоний ва миллий маданиятларнинг ўзаро таъсирида, ягона ахборий тизимни яратиш соҳасида Интернет инсоният учун қўз кўрмаган имкониятларни очиб беради.

Интернетнинг пайдо бўлиши 60-йиллар охири ва 70-йиллар бошларига¹ тўғри келади. Ўша вақтларда АҚШ Мудофаа вазирилиги қошидаги «Совет Иттифоқи томонидан амалга оширилиши мумкин бўлган ядровий портлаш оқибатида асосий алоқа тизимларида алоқавий назоратни сақлаш муаммолари» билан махсус мураккаб лойиҳалар тадқиқоти агентлиги (АК.РА) шуғулланар эди. Ҳарбийларнинг таъбирича, бу тадқиқот миллий коммуникациявий марказга «бошсиз» қолган тўқмоқ хавф туғдирганда ва ҳарбий бошлиқларнинг Америка стратегик қучлари билан алоқаси узилганда душманга жавоб зарбаси бериш имконини яратиш керак эди.²

АКРА бу муаммони ҳал қилиш учун узлуксиз умуммиллий «гармоқдараро-тармоқларни» тузишга киришди. Бунинг учун компьютерларни умуммиллий тизимга бирлаштирувчи дастурли таъминот ишлаб чиқилди. Бу эса йирик тармоқдаги бир ёки бир неча компьютерларнинг «йўқолишига», бошқалари эса рақибга жавоб зарбасини қайтаришга шароит яратиши учун ишини давом эттиришга имкон яратди. Лекин муҳими шунда эдики, илк бор компьютерлар турли хилдаги тезкор тизимли — IBM Мшгокой ва Apple — ахборот алмашиш деярли янги бўлган TCP/IP дастури ёрдамида амалга ошди.

Оқибатда Интернет илмий, тижорий ва нотижорий ташкилотлар, мустақил матбаа ва ОАВлари фойдаланадиган глобал тармоққа айланди. 1991 йилда Буюк Британия ва Норвегия Интернетга уланди, 1992 йилда эса унга АК.РА ва АҚШ Миллий фонди C8KET бирлашди. Бу Интернет фаолиятига оид аниқ маълумот. Бугунги кунда у иккита техно-

¹ Ворошилов В.В. Журналистика. С.-Птб, 1999, 56-57-б., Апдзон Р., Раффин Х. Интернет для журналистов. 9-б.

² Ўша ерда, 9-б.

1) ия (электрон почта ва бутун дунёга тарқалган 100 минг серверли ўргимчак тўри) асосида ишламоқда. Тасдиқланмаган маълумотларга қараганда, 1997 йилга келиб жаҳон бўйлаб 15 млн. дан 30 млн. гача одам Интернетга уланган.

«TCP/IP дастурларининг афзаллик томони — унинг муноқ марказлашган тизимдан марказлашмаган тизимга ўтишидир. Унинг иш фаолиятини давлат ҳам ягона уюшмалар (монопол корпорация) ҳам назорат қилмайди. Аксинча, Интернет худди ёввойи ажриқ мисоли эркин тарзда деярли тартибсиз равишда "ўсиб" бормоқда. Янги минтақавий Интернетнинг компьютер хизматлари (Inpletel: 8епссе ItoYlcle5 — 18Pз) бутун дунёда қучли серверларини сотиб олмақда, TCP/IP дастурларини ўрнатишмоқда, бошқа TCP/IP компьютерларига тармоқларни улаб, алоҳида қишлар ва ташкилотлар учун Интернетга кириш имкониятини яратиб беришмоқда. Интернетга уланишни хоҳлаган ҳар бир компьютер тизими буни амалга ошира олади».

Интернет бой ахборот манбаи ва унга хоҳлаган пайтда, ҳар қандай вазиятда мурожаат қилса бўлади. Унда реклама-лар, тижорат таклифлари ва эълонлари, ТВ ва радио дастурлари, йирик газета ва журналларнинг электрон нусхалари эълон қилинади. Интернетда АҚШ, Россия Президентлари, МРБ (ЦРУ), машҳур олимлар, шоу-бизнес юлдузлари, ФБР, йирик ўқув марказлари, фирмалар, нафакат жаҳон, балки миллий ахборот агентликлари ўз саҳифаларини очганлар.-

Интернет бугунги кунда ҳатто журналистнинг ижодий даражасини кўрсатиб беришга имкон беради, бу ҳақда ХХ асрнинг ўрталарида орзу ҳам қилинмаган эди. Энди муаллиф материални қискартирадиган ҳеч бир тўсик, яъни уни кўриқдан ўтказадиган бўлим мудир, котиб, муҳаррир ва энг асосийси — ташки цензура йўқ. Интернет тармоғида ишлайдиган журналист ўзига-ўзи муҳаррир, нашр этувчи, ғоявий раҳбардир. Бу масаланинг бир жиҳати. Иккинчи жиҳати, Интернетда журналист ҳар қандай, ҳатто ғайриодатий лойиҳаларни ҳам амалга ошириши мумкин. У ўз сўзининг, ўз ғояси ва ҳатти-ҳаракатларининг тўлақонли эгасидир. У турли хил воқеа-ходисаларнинг ва жараёнларнинг

¹ Ўша ерда, 9-10 б.

эркин шарҳловчисидир. У ҳаракатда эркин, фикрлашда мустақилдир.

Буни 1991 йилги Москвадаги август фитнаси воқеалари мисолида аниқ кўриш мумкин. ГКЧП аъзолари совет бошқарувининг эски тизимини қайта тикламоқчи бўлган бир пайтда коммуникациянинг анъанавий воситалари: телефон, телевидение, радио ва матбуот иши узилган эди. Аммо Иттифокда мавжуд бўлган компьютер тармоқлари цензура тазйиқидан холи бўлганлиги сабабли Москвадаги воқеалар ҳақида ахборотлар узатган. «Релком» (Россияда бутунги кундаги энг йирик компьютер тармоқларидан бири) президенти Алексей Солдатовнинг берган маълумотларига қараганда, августнинг ўша кескин кунларида, ОАВлари ўз ишларини тўхтатиб қўйган вақтда, «Релком» бутун Россияга ва чет давлатларга 46 мингга яқин ахборот тарқатган.¹

Интернет оммавий ахборот манбаи эканлигини Югославия билан Шимолий Атлантика альянси — НАТО ўртасидаги келишмовчиликлар авж олган пайтда яна бир бор намоён қилди. Ушбу муносабат билан Ўзбекистон Миллий Университетининг изланувчиси Д.Рашидова «Мепет. таъа2те» (июнь 1999)дан далил келтирган ҳолда шундай ёзади: «Журналистларга Югославияни тарқатиш буюрилган пайтда, Интернет ҳаёт манбаига айланди», деб белгилаб берди Би-Би-Сининг фавқуллоҳда вазиятлар бўйича матбуот котиби. Шунингдек, журналистларга алоқа боғлаш воситаси бўлиб хизмат қилган «электрон почта»нинг бу воқеаларда муҳим роль ўйнаганлиги ҳам дарҳол назарга тушди.

У ёки бу томоннинг фойдасига хизмат қилувчи турли хил манбалар орқали Интернет «эфири»га Югославиядаги воқеалар ҳақида тезкор ва тўлиқ ахборот берувчи 20 дан ортиқ саҳифа узатган эди. Югославиянинг Косово минтақасидаги вазиятлар ҳақида, Милошевичнинг геноцид зулмларини бошдан кечирган ва урушнинг у ёки бу манзараси гувоҳи бўлган маҳаллий аҳолиси томонидан Интернет электрон почтаси орқали қисқа хабарлар юборилган. Бу хил электрон хабарларнинг қаердан келаётганини аниқлаш эса қийин эмас.²

¹ Қаранг: Апджон Р., Раффин Х. Интернет для журналистов. 10-6.

² Қаранг: Рашидова Д.К. Интернет — как источник журналистской информации. Т., 1999, 15-6.

Ҳозир Интернет журналист меҳнатига қуйидаги имкони-и ғларни тақдир этмоқда:

«Юлдуз бўлмақчимисан — бўлақол! Бутун дунёни забт н моқчимисан - забт эт! Хусусий газетанг бўлишини хоҳлай-Оанми — ол уни! Хусусий телевидение зарурми — мана! Радиоми — муаммо йўқ! Агар уйдалай олмасанг — ўзингдан I ур! Сендан бошқа ҳеч ким айбдор эмас! Сени агар қабул мшишмаган ёки тўғри тушунмаган бўлса айбни ўзингдан ҚИДИР, бошқалардан эмас!»

Интернетнинг мақоми шунчалик юқорики, у ҳатто почта хизмати, реклама агентликлари ва оддий газеталар фа-шшятини ҳам ўрнини боса олиш қобилиятга эга. Бир ми-рол: АҚШда хатларнинг электрон йўл билан жўнатилиши I м цент туради. Бу эса биринчи даражали почта маркаси-дан ! баробар арзонга тушади. Илгари бир неча соату ва бир печта босқичдан иборат бўлган оддий почта амаллари энди-ниқда Интернет орқали санокли сонияларда бажарилмоқ-д.11. Манзил телефони банд бўлган тақдирда ҳам электрон хат қабул қилинади. Телефонда суҳбатлаша туриб, келган 'хнектрон хатни ҳам эшитиш мумкин. Агар тугма босилса принтер хат матнини қоғозга тушириб беради. Электрон хатнинг мазмунини нафақат сизга, балки қариндош-уруғла-рингизга ҳам тегишли бўлса, уни шу заҳотиёқ бир нечта тугмалар ёрдамида уларга тарқатиш мумкин. Телефон гўша-гига айтилган жавоб бир неча ўн сониялар оралиғида кўрса-тилган манзилнинг электрон қутисига келиб тушади. Шу-пингдек, махсус қурилма ҳам борки, унга машинкада чоп этилган жавобни қўйсангиз, телефоннинг ўзи матнни овоз-ли хатга айлантиради ва манзилга етказди.¹

«Электрон сониялар» савдо ходимларини, почта муас-сасалари хизматчиларини ўз келажаклари ҳақида жиддий ўйлашга мажбур қилади.

«2001 йил охирига келиб оддий магазинларнинг ом-мавий ёпилиши бошланади. Бу магазинларга бошқа эҳти-ёж қолмайди, сабаби зарур нарсаларни одамлар Интернет орқали харид қиладилар». Бу фикр 1997 йилнинг охирида Лондонда ўтказилган бутунжаҳон тармоқларининг ривож-ланишига бағишланган конференцияда айтилган. Шу му-носабат билан «Труд 7»: «Агар бу маълумот тўғри бўлса

¹ Правда, 1998, 8 сентябрь.

Британия савдо растлари эгалари тезда ўз мулкларини сотишга ва кейин қандай яшашни ўйлашлари керак. Бу ҳол кишининг истаган ишини амалга оширишини, хусусан, уйдан тортиб, автомобил, бриллиант узук ва канарейкага-ча сотиб олиши мумкинлигини билдиради», деб киноя қилар экан, хулоса қилиб шундай ёзади: «...телевидение пайдо бўлганида баъзилар бу газетани ўлдиради, деб айтишганди. Ваҳоланки, газета ва журналларнинг сони дунёда яна-да ортиб кетди. Кўча магазинларининг тақдирида ҳам худди шундай ҳол такрорланса ажаб эмас».¹

Тараққиётнинг инсон тасаввури билан боғлиқ томонлари ҳам бор: ҳарқалай, технологиялар асрини олдиндан тўлиқ тасаввур қилиш қийин. Америкалик футурологларнинг фикрича, ОАВ соҳасида келажак асрда кутилаётган ходисаларнинг олдида бу ишлар оддийдек туюлади.

Журналистлар учун Интернетнинг аҳамияти бекиёс. **Биринчидан**, айтиб ўтилганидек, бу материалларни ёзиш ва журналистик тадқиқотлар ўтказиш ҳамда янгиликлар мониторингиндан фойдаланиш мумкин бўлган турли ахборотлар ҳазинасидир.

Бинобарин, Интернет барча манбалар турини ўзига қамраб оладиган умумахборий муҳитдир.

Иккинчидан, Интернет керакли бўлган маълумотларни осонликча қидиради, ахборотлар маълумотномасидан (луғат ва энциклопедиялардаги мақолалар, статистик маълумотлар, библиографиялар, компания ва ташкилотлар ҳақида маълумотлар ва бошқ.) тортиб то инсонларнинг турли хил фикрлари, тармоқли мулоқот (телеанжуманлар, форумлар ...) шакллари амалга оширишга имкон яратади. Интернет бир вақтнинг ўзида керакли маълумотларни олиш учун ҳам ахборот «океани», ҳам ахборот тармоғи бўлиб хизмат қилади.

Учинчидан, Интернет бу таъсирчан мулоқот (коммуникация) воситаси бўлиб телефон, факс ва бошқа алоқа воситаларидан ҳар томонлама пешқадамлик қилади.

Тўртинчидан, ахборотдан ташқари Интернет — бу ноёб фотоманба ҳамдир. Бу ерда хоҳлаган расм ёки фотосуратларни қидириб топиш мумкин: инсоннинг Ойга тушири-

||пши тасвиридан тортиб Эрмитаж суратларининг йиғинди-
I игача мавжуд. Айтиш жоизки, фотосурат, фотоколлаж ва
I ;|свирий санъат асарларининг кўп қисми юқори сифати би-
|ан ажралиб туради.¹

Нихоят, **бешинчидан**, Интернет ўзининг кўп сонли кўри-ишлари орқали янги турдаги ОАВнинг шиддат билан яратилиши юз бераётган улкан медиа (оммавий ахборот) майдонидир.

Электрон ОАВ анъанавий ОАВни сиқиб чиқармоқда ва тсзкорлиги, ахборотни қайта ишлаш сифати бўйича ундан ўчиб кетмоқда. Электрон ОАВнинг ахборий ва мультимедиа имкониятлари сони тобора кўпайиб бораётган ўқувчиларнигина эмас, реклама берувчиларни ҳам жалб этмоқда.

Ахборий фаолият тизимда журналистларнинг янги тои-
Фаси шаклланмоқда, тизимли (онлайнли) журналистика
ўзининг алоҳида усул ва услублари билан ривожланмоқда;
унинг ўз қасаба уюшмалари ва «юлдузлари» пайдо бўлмоқ-
да; анъанавий ОАВдаги репортёр ва журналистлар онлайн-
га аста-секунда ўтиб бормоқда.

Демак, Интернет журналист учун ишлайдиган муайян ахборот тизими туридан қатъи назар (матбуот, радио, ТВ иа ҳ.к.) асосий меҳнат воситага айланиб бормоқда.

Аниқки, Интернет билан ишлаш илмини ва малакасини эгаллаш лозим. Мутахассислар, бундай кишиларга ўз билими ва тажрибасидан фойдаланишни, уни амалиётда қўллашга ҳаракат қилишни маслаҳат берадилар.

Масалан, ЎзМУ журналистика факультети талабалари 1999 йилдан бери Интернетда ишлаш сирларини ўрганиш имкониятига эгалар. Факультет компьютерлари «Интер-ньюс-Ўзбекистон» хомийлиги ёрдамида Интернетга уланган.

Компьютер саводхонлигига эгалар эса ўз иш жойида ижодий жараённи янада ривожлантириш учун «захира» тизимига — керакли тизим воситалари ва тизимларига кириш тартибини кўриб чиқишлари зарур.

Мутахассислар фикрича, 1998 йилда йилнинг энг яхши сайти деб тан олинган Боб Драдженнинг «Виртуальная Справочная»сини ўрганиш фойдали.²

¹ Журналистский экспресс // Восточные вести, 2000, 30 ноябрь, 3-б.

² Горный Е. Интернет для журналистов. 1-2-б.

¹ Труд-7, 2000, 27 апрель.

«Журналистлар учун Интернет» махсус қўлланмасида эса журналистларга иш жойида ва шахсий «заҳира» сифатида қўлланивчи тармоқ имкониятлари турлари таклиф этилган. Булар:

- электрон нашрлар — бунга даврий матбуот турларининг электрон нусхалари ҳамда босма қиёсига эга бўлмаган соф электрон нашрлар ҳам киради;

- Бтез — бутун дунёдаги электрон журналларнинг катта маълумотлар заҳираси;

- Ёлестгошс Ёоигпак Ассезз - электрон журналларнинг алифбо ва мавзу тартиби;

- Алекс Фарбер каталогидagi газета ва журналлар (БМТ давлатларининг ОАВ каталоги — муаллифлар);

- Интернет-радиостанциялар — муайян вақтда узатилади (ёки ёзувда). Уларнинг баъзилари оддий радиостанцияларнинг Интернет нусхаларидир, бошқалари эса фақат тизимда мавжуддир;

- УШпег—Интернет дунёдаги радиостанциялар бўйича йўлбошчи эшиттириш мазмуни ва жойлашиш жойига кўра станцияларнинг тури. Тпе МlТ Ёlзl: оГ КасНо Згаиоп оп ше Ёпепел: — 8000 радиостанциядан ортиқ;

- Онлайнли маълумотлар заҳираси — баъзи қисмларида пулли ёки бепул йирик тижорий маълумот заҳира (одатда, турли хил кичикроқ маълумотлар заҳираси кириш имкониятини беради);

- Ёехlз-№x18 - энг катта ва машҳур тижорий (янгиликлар, молия, патент, саноат, қонун, медицина ва бошқа) маълумотлар манбаи;

- С^иезеЮгЪН - савдо маркалари ва патентлар соҳасида энг катта маълумотлар манбаи;

- Огалoҗие ҲеЪ — турли илм соҳасида 450 хил маълумот манбаини умумлаштирган;

- ТНе Гпепег Моyle Оага Ёазе — фильмлар бўйича энг катта маълумот манбаи, (китобхон ўқувчилар — волонтерлар томонидан яратилган, сўнг Атахт/сот компанияси томонидан сотиб олинган);

- Интегрум — техно-оператор — Россиядаги энг катта маълумотлар манбаи хизмати;

- Коёех-КареИа: ҳуқуқ ва иқтисод — ҳамма учун;

- Луғат, энциклопедия, маълумотлар манбаи — турли хил вазиятда керак бўлиб қоладиган «универсал адабиёт мундарижасидир»;

КгГеҗепсе бўлими УаЪоо! каталогиди;

Барча луғатлар, барча тиллар;

ШоҗарБу сот — 200 кишининг қисқача таржимаи холи;

КсҒеҗепсе сот — кидирув, кўриб чиқиш, 150.000 дан пршктелеконференциялардакатнашиш, веб-форум жўна-ШШ рўйхатларидан фойдаланишга имкон яратиб беради;

- «ҳамма нарса ҳақида билиш» — «Кирилл ва Мефодий» «омпициясинингмегаэнциклопедияси;

'Олектрон кутубхоналар — Гутенберг лойиҳаси Ғарбда-1М машҳур кутубхона ҳисобланади, у 1991 йилдан бери Ёи...ият кўрсатиб келади. Ушбу кутубхонада инглиз тилида (Ш этилган 2000 тага яқин бадий асарлар мавжуд. Рус | \ Ёубхоналаридан машҳури — Мошков кутубхонаси бўлиб, \ 1994 йилдан бери фаолият кўрсатиб келмоқда. Ушбу кутубхонада 120.000тама тн файллари мавжуд. Электрон кутубхоналар фақат бадий матнларга бағишланган эмас, унда Ёурли мутахассисликлар бўйича ҳам матнлар мавжуд;

- ТНе Оп-Ъте Вook раҗе

- Оlҗlхal ОЪгару Кезоигсез

- ОlҗИal УЪгару пер

- Электрон кутубхона янгиликлари — рус электрон кутубхонасига келиб тушган янги анонслар.

Ишлаб чиқилган янги йўналишдаги тармоқдар бўйича рўйхат берилган бўлиб, у журналист учун касбий қизиқиш уйғотади. Булар:

- УаНоо: Ке\уз апс! МесНа/цоигпаИзт (Жсl Ёо Ёлестгошс апд Рппl Кезоигсез Гог ^оигпаНзГз/

- ЁоигаИзl:lc Кезоигсез Раҗе

Журналистика бўйича ресурслар «Интерньюс-Россия» сайтида (Ўзбекистонда — «Интерньюс-Ўзбекистон»)

- Журналистика: кеча, бугун, эртага.

- Ахборот агентлиги — УаИоо Аззозга^её Ргезздаги янгиликлар хизматидир:

-СИК

- КеШег МДХ

- Миллий янгиликлар хизмати

- ИТАР-ТАСС

- РИА янгиликлар

- Интерфакс

- Ташкилотлар ва хизматлар:

- Intellectual Федерация Online-сервиса
- FASKET — журналистлар учун bepул онлайн хизмати (рўйхатдан ўтказиш керак)
- Intellectual: Ретек ОиМе
- 8spolashio online
- The Rinkher Ретек
- Миллий матбуот институти. Россия журналистика ташкилотлари рўйхати НИП сайтида.¹

Бугунги кунда Ғарбий Европа ва АҚШда энг кўп қўлланидиган кидирув тизими АНa Уlзla ва УaНoo, Россияда — Кашlег ва УaкЗех ҳисобланади. Бундан ташқари бошқа турли кидирув тизимлари ҳам мавжуд.

All Search Engine тематик ва экзотик кидирув тизимлари ичида энг тўлиғи ҳисобланади.

BigF Фай сот — кидирув тизимлари ва бошқа тармоқли сервислар битта флаконда жойлашган.

МДХ давлатларида кидирув тизимининг ўзига хослиги мавжуд.

Рус Интернетининг тармоқли ресурслари ҳозирча чегараланган. Бунинг сабаби техник-технологик жihatдан кучсиз таъминланганлигидир. Бунга ҳамдўстлик мамлакатлари банклари билан алоқалар яхши эмаслиги ҳам сабабчидир. Ёш мустақил давлатларнинг ҳозирги вақтдаги интеграция жараёнлари доирасидаги аҳолини ҳисобга олсак, бу тўсиқларнинг тез орада барҳам топиши муқаррар. Бугунги кунда иктисодий ривожланиш, илмий-техник ва бошқа соҳалардаги ўзгаришлар бу йўналишлар ривожига муҳим босқичдир. Ҳозирги кунда бирорта ҳам йирик ОАВларини, ахборот агентлигини, газета, радиостанция ёки телевидение каналини ўзининг Интернетдаги саҳифасисиз тасаввур қилиб бўлмайди. Бу масалага жиддий қарашлар натижасида «ахборий сайт» («информацион сайт»)нинг фаолияти энг муҳим ахборот тармоғига айланади.

Тармоқ (онлайн) журналистикаси тез ва кенг ривожланмоқда. Ҳозирда бу тармоқ газета ва журнал, радио ва телевидение ҳамда миллий ахборот агентликлари учун жиддий рақобатни юзага келтирмоқда. Энг муҳими - у журналистларни ўз реципиентларига яқинлаштирмоқда. Яхши йўлга қўйилган қайта алоқа респондентнинг ахборот иш-

¹ Каранг: Горныш Е. Интернет для журналистов, 3-4 б.

лаб чиқариш ишида фаоллигини оширади. Тармоқжурналистикаси шу тарика интерфаол (яъни мулоқотли) бўлиб боради. Бу биринчидан. Иккинчидан, Интернетга эркин равишда кириш, унда регламентация ва марказлашиш йўқлиги тармоқ ва шахсий электрон ОАВлари сонининг кўпайишига олиб келади.

Шу билан бир қаторда учинчи минг йилликдаги журналистиканинг ривожланишида унинг салбий томонлари ҳам мавжуд. Масалан, Интернетда аноним ҳолда нашр этишнинг осонлиги суиистеъмога олиб келиши мумкин. Нотўғри ахборот, кўчирмачилик, экстремизм, порнография, фирибгарлик, ўғирлик, тухмат шулар жумласидандир. Буларга кўз юмиб бўлмайди, шу билан бирга талвасага тушиш ҳам керак эмас. Хуллас, тармоқ — ҳаёт кўзгусидир. Ундаги салбий нуқталар аён воқелиқидан кам эмас. Бу камчиликларга йўл қўймаслик учун ахборот хавфсизлиги қоидаларига риоя қилиш керак.¹

Ҳозирги вақтда болалар порнографиясининг кенг тарқалиши ва муаллифлик ҳуқуқини химоя қилиш аҳоли жиддий хавф уйғотади. Мисол учун, Австрия болалар порнографиясига қарши ўз фикрини Интернетда Европа Иттифоқига жўнатди. Унга қараганда, болалар порнографиясини Интернет орқали тарқалиши ҳақида ҳуқуқ органларига хабар бериш таклиф этилган. Бу соҳадаги ишларни тезда амалга ошириш учун Интерпол ва Европа Иттифоқи билан ҳамкорлик қилиш даркор. Шундай қилиб, Интернет ўзини ахборот хизматиға бағишлаган инсонларни жамият олдидаги жавобгарликни ҳис қилишга чақиради. Ҳозирча халқаро микёсда қонуний қоидалар ишлаб чиққунга қадар мавжуд қоидаларга амал қилиш талаб этилади. Бу эса ижодий ва шахсий бурчға боғлиқ бўлиб, журналистлардан мустақил фикрлашни ва ўз нуқтаи назарларида қатъий туришни, ижтимоий масъулиятни теран ҳис этишни талаб қилади.

Интернет — ҳамма учун: террорист ҳам, гуманист ҳам унга кириш ҳуқуқига эга; художўйми, худосизми, ўғримми, тўғримми бундан қатъи назар, уларнинг барчаси Интернетга бирдай баробар қира олади.

Демак, у «Интернет қуроли — журналист эмас, балки Интернет — журналист қуроли» сифатида қабул қилиниши лозим.

¹ Каранг: Горныш Е. Интернет для журналистов. 12-6.

Интернет кенгайиши ва Ўзбекистон учун унинг аҳамияти

Ўзбекистонда Интернетдан кенг қўламда фойдаланил-маётган бўлса-да, ОАВлар ўз ишларида унга тез-тез му-рожаат қилмоқда. Ҳозирги шароит эҳтиёжига йўналтирил-ган бир қатор лойиҳалар бор. Улар давлат ОАВларининг тармоқ фаолияти кўрсаткичларини яхшилашга, бу соҳа-да тезкорликни таъминлашни йўлга қўйишга ёрдам бер-моқда.

1996 йил баҳорида Интернет давлат миқёсидаги респуб-лика ОАВнинг халқаро ахборот манбаси сифатида танилди. Интернет етакчи телевизион ахборот ва нашриётларнинг доимий ахборот узатиш воситаси сифатида республикада-ги ахборий жараён унсурларига айланди. Ўзбекистонда юз бераётган ижтимоий-сиёсий, иқтисодий ўзгаришлар, Ҳозир-ги ислохотларнинг бориши ҳақидаги янгиликлардан чет эл ўқувчиларини ҳам хабардор қилиш имконияти туғилди. Интернет умумий ва тижорий хизматлар соҳаси учун ҳам имкониятлар яратиб бермоқда. Шу тариқа Интернет тар-моғи тобора ривожланиб, у фақат ахборот олиш манбаи бўлибгина қолмай, ижтимоий-иқтисодий, маънавий-мада-ний соҳаларнинг барча тармоқлари фаолиятига ҳам кириб бормоқда.

«Ўзбектуризм», «Ўзбекистон ҳаво йўллари» каби қўплаб тармоқлар Интернетдан хорижий истеъмолчиларга рекла-ма ва эълонларни узатишда фаол қатнашиб келмоқдалар. Интернет-провайдер ва веб-саҳифаларига чиқишнинг ва Ўзбекистон ҳақида тезкор ахборот олишнинг алоҳида жой-лари мавжуд. Булар: Каугоу, ЕазШпк, «Аз8alot ШБгазгоп», «МюпсБ». Шунга қўра, Ўзтелерадиокомпания сезиларли да-ражада халқаро мавзудаги матнларни беришни кенгайтир-ди. Бунда у Интернетдан халқаро-тарихий ахборот манба сифатида фойдаланди.

Ўз электрон версияларга мамлакатимизнинг яна қўпги-на газеталари эга.

Мамлакатимизда Интернетнинг ривожланиши йўналиш-лари ҳақида аниқ тасаввурга эга эмасмиз. Бу компьютер-ларнинг қимматлиги, Интернет фойдаланувчиларнинг инглиз тили билмаслиги каби омиллар билан боғлиқ. Рес-

пуИликамизнинг Интернетдаги саҳифалари Ҳозирча малака-ш ва малакасиз йўсинда ахборот блоклари занжирига ўхшаб Кетади. Чунки уларнинг аксарият қисми расмийтачилик ру-\шлти эскирган ахборотлардан иборатдир.

Амалиёт шуни кўрсатадики, Интернетдан тўғри фойда-лана олган журналистлар сони камчиликти ташкил этади. Ёу «Восточные вести» газетасининг 2000 йил 30 ноябрь 14] ш материаллари ҳам тасдиқлайди. «Журналистский экс-пресс» рукнида Интернетдан фойдаланиш учун йўл-йўриқ-пар ҳам кўрсатилган. Бундай йўл-йўриқларсиз, газета таъ-кидлаганидек, «виртуал жунглида адашиб қолиш ҳеч гап чмас» экан.

Бу нарсa содир бўлмаслиги ва журналист тўла «кўзиқо-|)инли сават» билан қайтиши учун баъзи бир зарур ва унча-лик мураккаб бўлмаган қоидаларга риоя қилиш керак, — деб таъкидлайди «Восточные вести», — Агар сизга, маса-лан, бутун бутун дунё пахтачилиги ҳақида маълумот то-пиш керак бўлса, аммо сиз аниқ манба кўрсаткичига эга бўлмасангиз қидирувчи тармоқ тизимларидан фойдалани-шингиз мумкин.

Улардан энг машхурлари — КатМег, Уабоо, Уапёех, Арой ва б.к. Бу ерда сўз калити киритилишининг ўзи ки-фоя. Масалан, (пахтачилик) ва сичқонни «топиш» сўзига йўналтириш керак. 30-60 сониялардан сўнг сизнинг эъти-борингизга пахтачиликка оид ўнлаб, ҳатто юзлаб сайтлар тақсим этилади. Керагини танлаш қолади.

Шунингдек, бу ерда — Е-таП почтасининг афзалликлари яққол кўрсатилган. Бу ниҳоятда муҳим. Биринчидан, бусиз сизнинг корреспонденциянгизни ҳеч ким ўқимайди. Иккинчидан, сиз бирон бир виртуал нашрга обуна бўли-шингиз ва Е-таП (орқали)дан янги ахборот олишингиз мумкин. Бундай хизматлар одатда бепул бўлади.

«Мени бу қувонтиради ва мен учун қулай, — дейди ЎзТВ-4 журналисти Саодат Хаитова, — электрон почтага мувофиқ биз ўз вақтида АҚШдан ахборот олиб, бу фильм Токиода кумуш мукофот олганини билдик. Ўзимизнинг почта қути-сини очиб, мен керакли ахборот оламан. Бу жуда қулай ва вақтни тежайди. Бусиз тармоқдан бирор-бир ахборот қиди-риш машаққатли иш».

Ахборот жараёнларининг глобаллашуви ва унинг журналист ижодига таъсири

Матбуот ва унда банд бўлган журналистларга таъсир қиладиган самарадор омиллардан бири замонавий технологияларнинг ривожланишидир. Янги технологиялар бутун дунёни тўр каби камраб олмоқда. Улар янги қизиқарли, кўнгилочар кўрсатувлар эҳтиёжи учун яна бир имконият яратади ҳамда ОАВ аҳамиятини оширади.

Замонавий технологик ютуқлар нафақат ахборотни самарали излаш, сақлашдангина иборат бўлмай, уни дунё микёсида тарқатиш имконини ҳам беради.

Бугунги кунда янгиликлар бозорида ахборотнинг глобаллашуви билан бирга халқаро рақобатнинг кучайиши, ОАВга эғалик қилиш, мулоқот технологияларининг эркин алмашиши, жаҳон ахборот оламига мутлоқ эғалик қилиш (информацион империялар)нинг шаклланиши кузатилмоқда. Шу тўғрисида ишнинг кўзини биладиган, аён имкониятларга эга аудиториялар миқдори кескин ортади. Миллий чегаралар ахборий чегара бўлмай қолади. Сўз Интернет билан бир қаторда ахборот агентликлари, Си-Эн-Эн, Би-Би-Си, «Немис тўлкини» ва б.к. шу каби йирик ахборот ширкатлар (информацион компаниялар) тўғрисида кетмоқда.

Москвада 1997 йил 20 ноябрда бўлиб ўтган «ОАВ ва БМТнинг янгиланиши» номли конгрессда бу борада қизиқарли ва мазмунли хабарлар берилди. Мана «Новости» РАА раиси В.Марков чиқишида айтилган баъзи маълумотлар: «Мулоқот (коммуникация) соҳасида миллий қонунчиликнинг уйғунлашувидаги муҳим воқеалардан бири, бу 1997 йил қабул қилинган телемулоқот бозорларининг либериллашуви тўғрисида қайд қилинган аҳднома (пакт) бўлди. Уни бутун дунё савдо ташкилотлари доирасида 1997 йил 68 мамлакат маъқуллади. Ўз навбатида, 600 миллиардлик саноат индустрияга инвестицияси эса... сотувлар ҳажми ўсишига, истеъмолчиларнинг харажатларини камайтиришга олиб келади. Аҳдноманинг амалга ошиши натижасида халқаро телефон сўзлашувлари нархи 80% гача тушади. Давлатлар чет эллик рақобатчилар учун ўз бозорларини очишга тайёр, ўзларининг телемулоқот компаниялари акцияларини

чет элликлар сотиб олишларига рухсат беришди, рақобатнинг умумий қоидаларини ўрнатишди.

Ушбу шартнома — умумлаштирилган ахборот оқимининг бош йўлини (магистрал) қуришнинг янги ҳаракатидир».¹

Бундан ташқари Европа Парламенти ва Вазирлар Кенгаши «чегарасиз телевидение» дастурининг қатъиян янги матнини қабул қилди. Уни қабул қилишнинг мақсади эса, муҳим воқеаларни ёритиш учун эркинлик ва керакли шароитлар яратишдир (хатто фақат айрим хусусий канал берган ҳуқуқ бўлсада). Халқаро ташаббуслар глобал ахборий жамиятнинг шаклланишига йўналтирилган. Шу хусусда яна В.Марков сўз глобал ахборий саноатнинг пайдо бўлиши тўғрисида кетганини таъкидлайди ва ҳозирги техникавий ўзгаришлар давридаги ташкилий бирлашиш, қонунчиликдаги мурасасозлик, иқтисодий ривожланишда хабардорликнинг роли, электрон демократия янги шакллариининг пайдо бўлиши ва соҳадаги таркибий силжишлар тўғрисида тўхталади.

Американинг замонавий мулоқотчи (коммуникативист)лари эса ХХI асрни ахборот ва ахборот технологиялари асри деб атаб, ҳар бир тарихий давр ўзининг орзу ва афсоналарига эга деб таъкидлашади. Улар талқинида бу афсоналар муқаддас Троица асосида қурилади, улар алоқа йўлдошларидан, кабелли телевидение ва шахсий компьютерлардан ташкил топган. Йўлдош — бу тепамизда кўтарилиб турган - Ота, кабел тизими — Узия, шахсий компьютер эса ҳаётимизнинг ҳамма дақиқаларида биз билан бирга бўлувчи Муқаддас рух. Ушбу уқлик бизни ўзининг муқаддас китоби билан озиқлантиради».²

Охирги 40 йил ичида ахборий жамиятга ўтишнинг даслабки шарт-шароитлари кенг миқёсда тўла шаклланди дейиш мумкин. Албатта, ҳамма жойда ҳам у тўла намоён бўлмаган, ҳамма мамлакатлар ҳам керакли тайёргарлик босқичларини ўтмаган, аммо иқтисодий ҳаётнинг глобаллашуви, ғоявий тўсиқларнинг олиб ташланиши, илдам тех-

¹ Марков В. Организация Объединенных Наций и национальные информационные агентства. // Новая ООН — для нового века. М., 1997, 9-6.

² Каранг: Феде5 F., Зсгшос5 J., Сотрейп5 Иеоло5у Iор Ше ГпФотасюп А5ез. Ттео-зесрог Мо5ел For Iбе №\У гпготтаюп Society // Есl. By I.5lаск, F/Fe^Ie8, N0^00(1. Kely-Ter5ey, 1987, P 159; Землянова Л.М. Современная американская коммуникативистика. 232-6.

никавий тараққиёт вақтни тизиб қилиб қўйди, ушбу шарт-шароитлар ахборий жамиятга чиқиш учун асос яратиб берди.

Техникавий инқилоб ахборий инқилоб билан ҳамбарчас боғлиқ. Замонавий алоқа воситалари ва шиддатли ахборот оқими туфайли бутун дунёнинг, минтакаларнинг бир-бирига тобелиги ортади. Бунда иқтисодий, тижорий муносабатлари билан бир қаторда сиёсий, ижтимоий муносабатлар аҳамият касб этади. Бу жараёни тезкор ахборот алмашувисиз тасаввур этиш қийин. Россиядаги АҚШ ва Канада институтининг етакчи ходими Э.Баталовнинг фикрича, глобал ахборот оқимининг вақтинчалик тўхтаб қолиши дунё иқтисодий алоқаларнинг узулишидан ҳам, таназзулидан ҳам дарак бермайди. У яна шуни таъкидлаб ўтадики, хабарлар қанча кўп тайёрланса, ундан фойдаланиш ҳам шунча ўсади. Шу билан бирга тузилмаларнинг тизими қанча мураккаб бўлса, воситавий-усулий ҳамда сиёсий муносабатлар ўзаро тафовутлашади, фарқланади, янада тадрижийлик касб этади, ахборот ҳажми ва сифатига талаб ошади.

Шу ўринда Баталовнинг яна бир кузатишини келтириш жоиз. Инсон уни ўраб турган атроф муҳитнинг қай даражада ифлосланиб кетганини англади ва олам умумий ахлатхонага айланаётганини кўрди. Айни пайтда бизни ўраб олган ахборий муҳит ҳам мавжуд. У ҳам хавфли даражада ифлосланган. Инсоният бошига охириги 10 йил ичида қанчадан қанча хавфли афсона-ю мифлар, ёлғонлар ёғдирилди.²

«Ахборот технологиялари асри» деб аталган ХХІ аср нималар тайёрлаб қўйгани бизга номаълум. Биз қандай техникавий-усулий (технологик) кашфиётлар олдида яшамокдамиз, — бу ҳам ҳали ноаниқдир.

Ҳозирча БМТ ва бошқа халқаро институтлар олдида турган вазифа эса дунё ҳамжамятининг ахборотга эга бўлиши ёки бўлмаслиги туфайли бўлиниб кетишига йўл қўймасликдан иборат. Дунёда эса нафақат қимматбаҳо технологияларни, ахборотни онлайнлар, интерфаол телевидение орқали олишни ҳам, балки оқ-қора телевидениега эга бўлиш-

¹ Новая ООН — для нового века, 13-6.

² Баталов Э. Мост поперек реки. Қаранг: Международная жизнь, 1990, май, 37-38 б.

ии ҳам орзу қилувчилар бор. БМТнинг ижтимоий ахборот масалалари бўйича бош қотиб ўринбосари Тереза Паке-Сеиньининг маълумот беришича, 1990 йили дунёда 800 млн.дан ортиқ телевизорлар бўлган, лекин уларнинг 2/3 қисми ривожланган мамлакатларга тўғри келарди. Ундан ҳам ачинарлиси, 30 мамлакатда ТВ ўзининг ажойиб имкониятларидан, маълумот бериш, муаммоларга эътибор бериш, қўнгилни очиш каби вазифаларини бажаришдан маҳрум.

Қўпгина ривожланаётган мамлакатлар ўзларининг алоқавий имкониятларини юзага чиқаришдан йироқ, телекўрсатувлар фақатгина шаҳар аҳолисининг маълум қисмигагина етиб боради. Коммуникациянинг халқаро мезони (статистикаси) маълум қиладики, 1989 йили 34 та мамлакатда ҳафталик газеталар умуман нашр қилинмаган (улар оммавий китобхон учун мўлжалланган). Бундан ташқари, ахборотнинг эркин оқими саводсизлик ҳам тўсқинлик қилади. Орбитада муқим жойлашган 100 та сунъий йўлдош алоқаларидан ривожланаётган мамлакатлардан фақатгина Бразилия, Колумбия, Ҳиндистон, Индонезия ва Мексика фойдалана олиш тизимларига эга.¹

Шунинг учун ЮНЕСКО томонидан ОАВни ривожлантириш, журналистларнинг касбий-малакавий тайёргарлигини ошириш мақсадида бу мамлакатларда халқаро дастурлар ишлаб чиқилган. Шу билан бирга ЮНЕСКО ўзининг намоёндалари томонидан дунёнинг минтақаларида Маршал Маклюэннинг фояларини амалга оширишга ўз ҳиссасини қўшмоқда.²

Ўтган вақт мобайнида юқорида қайд этилган мезоний рақамларда дунё бўйича сезиларли ўзгаришлар юз берган эмас. Шунга қарамадан глобал ахборот саноати дунёдаги 200 дан ортиқ барча давлатларни қамраб оладиган қун яқинлигига қўпчилик ишонади.

Шунинг учун одамлар ахборотни ўзлари назорат қилишнинг шарт-шароитларини яратиши лозим, бу жуда муҳим.³

Чиндан ҳам ахборот жамиятнинг маънавиятига, дунёқарашига салбий таъсир қилаётганидан қўз юмиб бўлмай-

¹ Қаранг: Международная жизнь, 1990, сентябрь, 46-6.

² Ўша жойда, 47-6.

³ Новая ООН - для нового века, 14-6.

ди. Бу ҳақда машҳур Лотин Америкасининг журналисти Марио Варгас Льюса шундай дейди: «Жаҳон ахборий жамияти шароитида ишнинг бош мақсади тижорат мезони бўлиб қолса, ахборотнинг сифати тушади ва уни узатиш даражаси шу ҳолга етиши мумкинки, натижада маданиятнинг ўзи хавф остида қолади.

Ахборотни сифатсиз қилиб узатиш усуллари баъзи иқтисодий ва демократик анъаналари ривожланган мамлакатларда ҳам учрайди. Аммо улар ўзларининг мустаҳкам маданий асослари туфайли ушбу ҳолатни бартараф эта оладилар.

Масалан, Франция ва Буюк Британияда, ишонч билан айтиш мумкинки, на матбуот, на аудиовизуал воситалар, ҳар қандай можароли янгиликлар жамиятнинг анъаналарини, мамлакатнинг демократик қурилишини бузиб қўйгани йўқ.

Лотин Америкаси каби мамлакатларда эса, маданий вазият ўзгарувчан бўлгани сабабли доимо жиддий муаммолар чиқиб туради. Агар ОАВ, хусусан, визуал воситалар (қайсики бугунги кунда 90% ҳатто 100% жамиятнинг маданий эҳтиёжларини қониқтириши лозим бўлган) изчил сиёсат ўтказмаса ва маълум маданий ва этник мезонларга амал қилмаса, аксинча ўзларининг тижорат йўлидаги манфаатларини устун қўйса, демократия хавф остида қолади».¹

Демак, ахборий ҳамжамият, ахборий маданият айнан ўхшаш маром муаммосини ва янги шароитларга мувофиқлаштирилган қоидаларни олдинга суради. Гап дунё микёсида амал қиладиган қонуний, этник ва ахлоқий масалаларни ишлаб чиқиш тўғрисида бормокда.

XXI юз йилликда ахборотнинг эркин оқими масалаларига умуминсоний жиҳатларсиз ёндашиб бўлмайди. Бу масаланинг ноаниқ томонлари ҳам бор. Шунга қарамай бугунги имкониятлар, биринчидан, ахборот манбаларини кенгайтиради. Иккинчидан, ҳар бир давлат, минтақа матбуотга дунё ахборот бозорига чиқиш имкониятини беради.

Бундай ҳолатлар журналистга кескин ўсиб келаётган ахборот оқимидан зарурини танлаб олишни, ўзининг аудиторияси учун қимматли бўлган хабарларни узатишни ўргатади.

¹ Қаранг: Курьер ЮНЕСКО, 1990, ноябрь, 45-6.

Журналист меҳнати компьютерлаштириш, умумжаҳон тармоқларининг ўсиши билан боғлиқ жиддий ўзгаришларга дуч келади, унга турли касб эгалари томонидан тўпланган маълумотлари банки билан, чет эллик ҳамкасблари билан ишлашга тўғри келади. Бу банклардан у ўзининг эҳтиёжманд реципиенти талабини қондириш учун қўп нарсатопиши мумкин.

3-МАВЗУ. АХБОРОТ ХИЗМАТЛАРИ

ОАВнинг хир бир мухарририяти ахборот хизматини ба-
жарувчи махсус бўлим ва ходимларга эга. Бу хизматни амалга
оширадиган репортёрлар мамлакатнинг ички ҳаётидаги
турли муҳим ходисаларни, чет эллардаги аҳамиятли воқеа-
ларни ўз вақтида матбуотга тайёрлаш билан шуғулланади-
лар.

Ахборот етказувчилар

Уларни одатда «ахборотчилар» деб атайдилар. Аслида
уларни **репортёрлар** дейиш маъқулроқ. Бу мутахассислар иш
юзасидан ҳеч қандай имтиёзга эга эмаслар, улар асал ари-
га мутассил равишда ўхшаб янгилик излаш билан банд
бўладилар: фавқуллодда ходисалар, фожиали воқеалар мар-
казида, худуднинг қайноқ нукталарида, илмий лаборато-
рияларда, спорт майдонларида, лойиҳа муассасаларида,
тажриба тармоқларида, ҳар хил намоийш жойларида, ар-
тистларнинг пардозхоналарида ва ҳ.к. жойларда иш олиб
борадилар.

Ҳар ҳолда репортёр қандай фазилят ва хусусиятларга эга
бўлиши керак, деган савол журналистларни ҳамиша қизиқ-
тириб келган. Бу мавзуда назарийётчи олимлар ва бевосита
амалиётчи ходимлар томонидан кўплаб саҳифалар тўлди-
рилган бўлса-да, унга бирдан ва аниқ жавоб бериш осон
эмас. Кўпинча фикр билдирувчилар масаланинг ихтисос-
лик томонига диққат қиладилар. **Репортёрлар, янгилик иш-
кибозлари (уларни шундай деб ҳам атайдилар), мустаҳкам
жисмоний тайёргарликдан ташқари кенг маълумот эгалари,
одамларни ва ҳаётни мукаммал билишлари, ақлли ва зий-
рак, чидамли, ташаббускор, муомалага тез кириша олади-
ган, «муаммоли» вазиятларда эса самарали ва аниқ ечим
топа оладиган бўлишлари лозим.** Бу фазилятлар уларнинг
фаолиятларида жуда муҳим омил ҳисобланади. Би-Би-Сида
25 йил иш тажрибасига эга бўлган Брус Льюис бу фазилят-
ларни журналистика моҳиятини белгиловчи, уларни ҳаёт-
мамот масаласи деб ҳисоблайди: улар бор — репортёр бор;
улар йўқ — репортёр йўқ. Бу хусусиятларни кимдандир,

қандай йўл биландир ўрганиш, янгидан пайдо қилиш мум-
кин эмас. Жуда бўлмаганда уларни ривожлантириш, тако-
миллаштириш мумкин, холос. У ўз фикрини шундай давом
эттиради: «Жисмоний чиникқанликдан бошқа фазилятла-
рингиз борми? Агар бўлса, сиз олиймақом репортёр бўла
оласиз. Мабоодо юқорида кўрсатилган хусусиятлардан би-
ронтаси етишмаса, у тақдирда бошқа юмуш билан шуғул-
ланганингиз маъқул. Ахир дунёда бу фазилятларнинг ҳам-
маси мужассам бўлиши шарт эмас. Соҳалар кўп-ку».¹ ОРТ-
нинг «Хайрли тонг» телеканалида «Бу кино» кўрсатувининг
бошловчиси ва муаллифи Катя Мцитуридзе айнан ана шун-
дай мутахассис саналади. Бу аёл билан ишлайдиган мухар-
рир ҳам, маъмуриятчи ҳам, иш юритувчи ҳам, мухбир ҳам
йўқ. Баъзан кўрсатувни ўз қўллари билан монтаж қилган
бўлса ҳам бу ишда унинг ягона ёрдамчиси монтажчи Вале-
ра Добровдир. Катя ашаддий одамови шахсларни ҳам очик
суҳбатга жалб қила оладиган ажойиб иқтидорга эга инсон.
Москва кинофестивалларининг бирида Роберт Де Ниро-
дан олган интервьюси сакланади. Бошловчи кўча тикинла-
ридан машинасида ўта олмай Де Ниро ҳамма билан хайр-
лашиб ўз қароргоҳига кетаётган пайтдагина зўрға етиб ке-
лади. Катя бундай вазиятлар муомала мезонларида қабул
қилинган биттагина сўзни айта олган холос: «Кечирасиз».
Қизиғи шундаки, айнан шу сўз ўз таъсирини ўтказган.
Оқибатда Катя ўз даврининг порлоқ кино юлдузидан ярим
соат давомида интервью олишга эришган. Ваҳоланки, ўша
учрашувда иштирок этган ҳар бир журналистга суҳбат учун
бор йўғи икки дақиқадан вақт ажратилган эди холос. Бор
йўғи бир ҳафтадан кейин эса Венеция фестивалида Екате-
рина хаддан ташқари нуфузли ҳисобланмиш, унча-бунча
одамлар суҳбатини менсимайдиган Питер Гринуэй билан
ҳам гаплаша олади. «Мен фақат ундан бурж мезонида унинг
ким эканини сўрадим холос. Шунинг ўзи унинг ёзилиб сўз
бошлашига сабаб бўлди», — деди бу ҳолатни баҳолаб Катя.
«Энг муҳими, — таъкидлайди у, — керакли калитни то-
пишда. Ана шунда ҳар қандай эшик, ҳатто у темирдан бўлса
ҳам сўзсиз очилади. Мана — Катянинг амалий қондаси».²

¹ Льюис Б. Диктор телевидения. М.: Искусство, 1973, 13-14 б.

² Тв-Парк, 2000, №39, сентябрь, 51-6.

Бундай антика вазиятлар журналистлардан ахборот оқимининг кескин ошиб боришига зийраклик билан ёндашишни; билим, ходиса, лавҳа, воқеалардан ўз муштарийларига зарурларини, жамиятнинг маънавий озодликка интилишини таъминловчи маълумотларни ажрата олишини талаб қилади.

Журналист фаолияти, аввало, халқаро компьютер тизимининг ортиб бориши билан алоқадор равишда жиддий ўзгаришларга дуч келмоқца. У бугунги кунда турли мутахассисликлар билан шуғулланувчи юзлаб, минглаб одамлар томонидан тўпланаётган саноксиз маълумотлар мажмуаси билан ишлашга, чет эллик ҳамкасблари билан ҳамкорлик қилишга мажбур бўлмоқда. Бу мажмуадан ҳар қандай мижозни қониктирувчи ахборот олиш имкони бор. Журналист эндиликда ўз меҳнат курсисидан турмай адабиётдаги, илм-фан, техника, спорт, туризм, маданият тадбиркорлиги ва бошқа соҳалардаги янгиликлар ҳақида аниқ маълумот олиши мумкин. Айни чоғда зарурий ҳаётий жараёнларни ўтмиш ва келажак мезонлари манзарасида кўра олади. Аммо унинг фақат мислсиз ахборотлар тизими билангина чекланиб қолиш бирёкламалikka олиб келади. У мутахассис сифатида қашшоқлашади, чунки журналист учун қанчалик қизик бўлмасин, тайёр маълумотдан фойдаланиш ва ҳаёт билан алоқани узиш охир оқибатда вазиятни мурасчиликка йўналтириш билан яқунланади. Шу сабабдан ҳам изланувчи ахборотчи Интернетдан маълумот олиш қатори бошқа йирик мамлакатлардаги газеталар, ОАВдан фойдаланишларини назарда тутган ҳолда мақола, интервью, ҳисобот тарзда бу «хирмон»га ўзининг ҳиссасини қўшмоғи лозим. Устига устак, замонавий техника воситалари юртимиз ижодий ходимлар учун Ўзбекистондаги иқтисодий, сиёсий, ижтимоий ислохотлар ҳақидаги янги маълумотларни тақдим этишда кенг имкониятлар яратмоқца. Мамлакатимизда эса илм-фан, техника, таълим, самолёт қурилиши, санъат обидалари, табиий хом-ашёлар ҳақида кўз-кўз қилишга аризулик маълумотлар кўп.

Журналист фазилатлари

Соғлиқ. Репортёр чиниққан бўлмоғи лозим. Муттасил асо-рат қолдирадиган хасталик журналистнинг янгиликлар бўли-

мида фаолият кўрсатишига йўл қўймайди. Бошқача айтганда, сиз ҳамиша оғир ва амалий жихатдан мураккаб жисмоний вазифаларни бажаришга тайёр турмоғингиз лозим.

Кенг маълумотлилик, бой ҳаётий тажриба ва ҳушмуомалалилик. Репортёр ҳаётий масалаларни яхши идрок этиш, одамларни ва ходисаларни моҳиятан тез англаши шарт. Айни пайтда у муомалали, кузатувчан, одамлар билан муносабатга киришувчан ва доимий равишда ўз устида ишловчи, изланувчи мутахассисдир. Бусиз у ҳар қуни одамлар олдида келиши ва уларнинг очик чехраларини кўришга муяссар бўлиши қийин, чунки одамлар ўзларининг нима ҳаққа фикр юритаётганини англайдиган, ҳис қиладиган шахсгагина ишонч билдирадилар.

Фаросат ва топқирлик. Бу фазилатлар, аввало, жиддий касб билан шуғулланувчи инсонларгагина эмас, балки оддий маиший ҳаёт учун ҳам зарурийдир. Репортёр эса бу хусусиятга алоҳида муҳтож. Чунки у ҳар дамда топқирлик билан иш кўрувчи ташаббускор шахсдир. Акс ҳолда тасодифий вазиятда самарали ечим топиши мумкин эмас. Масалан, Ўзбекистонга италиялик машҳур хонанда Джанни Моранди учиб келди. Турли газеталар ўз ходимларига самолёт трапидаёқ интервью олиш топширилди. Бир қараганда бу вазифани бажариш анча қийин туюлганди. У пайтда «Правда Востока» газетасида репортёр бўлиб ишлаётган О.Ёкубов учун эса бу ишни бажариш жуда осон кечди. Ахир у бу кунгача Г.Марков, Ч.Айтматов каби ёзувчилар; Е.Копелян, С.Юрский каби артистлар билан суҳбатлашган эди-да.

Аммо қутилмаган жойдан муаммо чиқди. Маълум бўлишича, қандайдир сабабларга кўра Моранди умуман интервью бермас экан. Самолётдан тушган Дж. Моранди машинага ўтиргану жўнаб қолган. Ҳамма журналистлар тарвузлари қўлтиқларидан тушиб, хайратдан қулоқ ёзганча қолишга мажбур бўладилар. Чунки меҳмон кетаётган машина ҳайдовчиси ёнида шошилганидан ўзини танитиш «ёдидан чиққан» О.Ёкубов хонанда билан футбол ҳақида самимий суҳбат олиб борарди. Табиий, мавзу фақат бу оммавий ўйин ҳақида бўлмади. Машина меҳмонхона биноси яқинига тўхтаганда, интервью олиб бўлинган ва репортёр ажабланган артистга ўзини таништириб, миннатдорчилик биддиради.

«Журналист» журналидаги яна бир мисолга диққат қилинг. Кунлардан бир кун «Труд»даги ҳамкасблар «Студинформ»га ёрдам сўраб мурожаат қилишди. Улар астрологлар Павел ва Тамара Глобалардан бўлғуси 1990 йил ҳақида қароматли фикрлар билмоқчи эканлар. Аммо суҳбат учун жўнатилган мухбир ҳеч қандай маълумот ололмади: уни машҳур одамлар олдида қўйишмабди. Агентликнинг бўйни йўқотмаслик учун тезкор янгиликлар бўлими ходими А.Кокоткин «Россия» кинотеатри маъмуриятига мурожаат қилган. Чунки Глобалар айнан ана шу ерда астрология сеансларини ўтказаятган эканлар. Хуллас, репортёр бино «дево»дан осон ўтибди. У аёллар хожатхонасининг «ҳаммом кийимхонасига» яшириниб, милиционер назаридан қутилиб қолибди. Бироқ сахна ортига ўтиш бечоранинг қўлидан келмайди: репортёр қароматчиларнинг шахсий соқчилари томонидан қўлга олинади ва менеждерларга мурожаат қилиниши лозимлиги таъкидланган ҳолда кинотеатр фойесига чиқариб юборилади. Глобалар билан суҳбатлашиш учун эса уч кун аввал рухсат олиниши шарт экан. Залда ўтирган ҳолда журналист ўз мақсадига етиш режасини тузибди. Ниҳоят, таваккал қилиб, ўрнидан турибди-да, томошабинлардан истак хатларини йиғаятган хизматчилар қатори хат йиға бошлабди. Шу зайдда ўзини жуда бамайлихотир тутган журналист шошилиб қолган соқчилар ёнгинасидан ўтиб, сахна томон йўл олибди. Унинг мўлжали тўғри чиқибди: соқчилар вазиятни баҳолашга улгурмасларидан, Кокоткин П. Глобалардан телефон рақамларини сўраб олишга улгурибди. Шундай қилиб, фаросатли ва топқир журналист топширилган вазифани аниқ бажарибди. Йил башорати эса «Труд»нинг янги йил сониди эълон қилинибди.

Омаднинг келиши. Репортёрга нисбатан «омаднинг келиши», «омади юридиш» дейилганда, тасодиф ёки фавкуллода бирон ҳодисанинг рўй бериши қўзда тутилмайди. Мазкур матнда қайд этилган «омаднинг келиши» қатъиятчилик ва иродачилик маҳсули сифатида тушунилади. Ахборот йиғувчи яхши мутахассис бўлса, одатда, омади юришади ва бу унинг ижобий маънодаги ўжарлиги ёки қайсарлиги ҳосиласи сифатида намоён бўлади.

1991 йилнинг августиди ёшлар газетаси «Смена» (Санкт-Петербург)нинг мухбири Г.Урушадзе Форосда қамалда

бўлган СССР президенти М.Горбачев билан биринчи бўлиб шоқа боғлади ва бу суҳбатни ўз газетасида эълон қилди. Кейинчалик бутун дунё оммавий ахборот воситалари бу интервьюни «Смена»дан олинган иқтибоси билан нашр этди.

Шубҳасиз, бу ҳодисада омад юришининг белгиси ҳам бор. Аммо ўша пайтда СССРнинг биринчи, кейин маълум бўлишича, сўнгги президенти билан Г.Урушадзенинг алоқа боғлаши фақат журналист томонидан қучли ирода намунасини кўрсатиш орқали рўй берган эди. Ҳа, аввало М.Горбачев билан, қолаверса, Форосдаги унинг яқинларидан биронта одам билан алоқа боғлаш учун жуда қўп репортёрлар ҳаракат қилганлар. Президент қамал қилинган жойдан олинган ҳар бир янгилик ўз вақтида журналистика оламида биринчи рақамли бош сенсация ҳисобланган. Аммо «омаднинг юриши» фақат петербурглик ёшлар газетасининг ходими унинг яхши маънодаги ўжарлиги, қайсарлиги ва иродачилиги туфайли насиб этган.

Мазкур ҳодиса, қайта қуриш кашфиётчиси билан амалга оширилган телефон орқали алоқа, албатта, рўй берган фавкуллода воқеа сифатида ажабланарли эмасдир. Аммо Г.Урушадзенинг совет давлати раҳбари билан мулоқотга киришиш имконини ўйлаб топишга ақд-фаросати етгани ҳақиқатан ҳам мўъжизадир.¹ «Смена»да фаолият кўрсатаятган журналист, шубҳасиз, ўзининг ғаройиб режасини амалга оширишда катта масъулиятни ҳис қилган. У, албатта, совет раҳбари мутлоқ яқинлашиб бўлмайдиган даражада муҳофаза қилинганини яхши тушунган. Рўй берган тасодиф эса «ҳамма нарса репортёр ҳуқуқида» эканини яна бир далиллабди, ҳолос.

Ёш журналист ишни нимадан бошламоғи лозим? У ўзининг мавзусини ахтарсинми? Ўз ижодий соҳасини изласинми? У бутун имкониятлари намоён бўладиган ижтимоий ҳаёт тармоғини қандай топиши мумкин? «Менга фақат битта йўл маълум, — дейди И.Устименко, — ўзимни ҳар соҳага уришим, турли вазифа ва топшириқларни талаб қилишим лозим. Эртами, кечми: бир кунмас бир кун бу меники, бу ерда мен ўз ўрнимдан деяр оламан.

...Ҳамма иккиланишларни бир чеккага йиғиштириб ҳар қандай мураккаб муаммога жавоб қидиринг. Сизни ҳеч ким

¹ Қаранг: Ворошилов В.В. Журналистика. С-Пб, 1999, 265-6.

айбламайди. Аксинча, ниманинг нимага мос эканини тунтиришга интилади.

Қўлёмалар қандай тайёрланишини, матнлар қандай қисқаришини кузатинг. Тажрибали ҳамкасбларингиз усулларини ўрганмоқчи бўлсангиз, уларнинг этагини тутинг, ялининг. Ана шунда касб сирлари қаршингизда қулоқ ёзди.

Ёш ҳамкасбларига америкалик телеюлдуз Барбара Уолтерс ўзининг «Барча билан ҳамма нарса ҳақида қандай суҳбатлашиш лозим» китобида жуда қизиқ маслаҳатлар беради. Барбара Уолтерс интервьюнинг бекиёс устасидир. Айниқса, у машҳур инсонлардан: президентлар, премьер-министрлар, турли соҳалардаги тож соҳиблари ва актёрлардан интервью олишга моҳир.

«Журналист фаолиятида қироллар оиласи вакили — анконинг уруғидир, — таъкидлайди у, — қўпчилик «жуда муҳим зотлар» — дипломатлар, сиёсатдонлар, ҳарбийлар, дин арбобларидир. Улар билан суҳбатлашар экансиз, ҳамиша бу инсонларнинг сиз каби оддий одам эканликларини, сиз каби чарчашлари, асабийлашишлари, ҳафсалаларининг пир бўлиши мумкинлигини, зеркикишларини, шодланишларини ёдингизда тутинг».

Мулоҳазалари давомида Барбара ҳеч ким сиёсий қизиқишларингиздан хабар топмаслиги лозимлигини уқтиради: «Ҳолис бўлиш мақсадида ҳар қандай саволга мен самимий равишда икки нуктаи назарни таклиф қиламан. Агар саволни учинчи шахс номидан берсангиз, яна ҳам самаралироқ натижага эришасиз. «Айтишадики», — деб бошланг. «Шарҳловчиларда шундай фикр бор», — десангиз, яна ҳам маъқул бўлади. Чунки сиз ўзингизни унга тикилган душман эмас, балки унинг шахси билан қизиқувчи муҳлис ёки суҳбатдош сифатида кўрсатасиз». Бу мутахассиснинг кейинги маслаҳатлари ҳам жуда аҳамиятли: «Ҳар қандай машҳур шахс билан суҳбатлашишдан аввал мурожаат қилишнинг маъқул шаклини топиш лозим. Буни сиз унинг котибасидан ёки бошқа маълумотномалардан билиб олишингиз мумкин».

Б.Уолтерснинг ўз қоидалари бор. Булар:

1-қоида — «Самимий ва табиий бўлинг».

2-қоида — «Ҳеч қачон ўз мавқеингизни ошириб кўрсатманг. Айниқса, бу мавқе заиф бўлса, ёки умуман бўлмаса».

3-қоида — «Агар суҳбатда жимлик пайдо бўлса, уни «доно маслаҳатлар» билан тўлдириш истагидан воз кеча олинг».

4-қоида — «Ҳеч қачон мутахассисларга уларнинг ишларига оид маслаҳатлар берманг».

5-қоида — «Кайфиятингиз дўстона бўлсин».

6-қоида — «Тўхта! Кўр! Тингла!»

«Тўхта!» — тайёргарлик ишларини олиб бор. Рўй бераётган вазият ёки суҳбатдошинг ҳақида мумкин қадар етарли маълумотга эга бўл. Бирдан мураккаб ва чигал муаммолар бағрига ўзингни отма демакдир.

«Кўр!» — суҳбатдошинг шахсига ўта синчков муносабат билдир, дегани.

«Эшит!» — айнан эшитиш демакдир. Шунчаки эшитаётгандек кўриниш эмас. Эндигина иш бошлаётган репортёрлар шу қадар асабийлашадиларки, фақат ўз муаммолари (>иан банд бўлиб, суҳбатдошларига қиё ҳам бокмайдилар. Бундай ҳолат ачинарли оқибатларга сабаб бўлади. Хусусан, жавобни эшитмай туриб, тайёрланган рўйхатга биноан саноёт ёғдириш мумкин.

7-қоида — «Оддий сўзлардан фойдаланинг. Ўз мақсадингизни жонли ифодалашга урининг. Ахир шоирлар ҳам, ҳамма одамлар ҳам уларни тушунишларини хоҳлайдилар-ку».

Худди сўзгати ва жамоа фикрига суяниб. Репортёрда ўзи-1 [инг яшаётган муҳити ҳақида сезувчанлик қобилияти бўлиши керак. Ўз ўрнида, бу сезги жамият фикри ва унинг тадрижийлиги, ўзгарувчанлиги билан боғлиқдир. Қийин топширик мисоли ундаги танқисликни «тутиб олиш» лозимдир. Лекин бу топширикни ечишга ҳар қандай журналист қрдир эмас. Ким бу нарсанинг урдасидан чиқса, у ҳурмат ва шон-шарафга қозонади. Бундан ташқари битта ягона йўл Сюрки, у ҳам бўлса, репортёрни хатоларга йўл қўймасликка ундаб, жамият фикрини ифодалашга ёрдам беради. Шу (шлан бирга, аҳолининг орзу-истакларини, умидларини инобатга олиб фикрни баён қилишга ундайди.

Бундай ажойиб истеъдод Американинг провинциясида яшовчи кўримсиз, қора танли, тўладан келган Опра Уин-(>рининг телеюлдуз бўлишига, барча телетомошабин суюқлисига айланишига омил бўлди. Унинг ҳар бир сўзи миллионга баҳоланади. Ҳаётбек журналининг маълумотига кўра, 2000 йилда Опранинг даромади (125 миллион доллар) ўйин-

кулги учун энг юқори тўловга эга саноат арбоблари орасида тўртинчи ўринни эгаллади. Ҳозир у ток-шоу маликаси ва АҚШ телевидениесининг биринчи ракамли шахси деб тан олинди. «ТВ-парад» журналининг таъкидлашича, унинг сўзи Америка чегараларидан ташқарига кадам қўйган. Опранинг ток-шоуси 10 йилга яқин вақт ичида пешқадам ҳисобланиб, ҳар ҳафта телевизор экрани қаршисига 33 миллион америкаликларни қорлайди.

Опра Уинфрининг жамият фикрига суяниши аллақачон афсона бўлиб қолди. Унчалик машҳур бўлмаган ёзувчи Марианна Уильямсон Опранинг шоусида пайдо бўлиб қолгандан кейинги кундан бошлаб машҳур бўлиб кетди ва унинг «Севгига қайтиш» (300 минг тиражли) китоби бир ҳафта ичида сотиб бўлинди.

«ТВ-парад» журналининг тасдиқлашича, таде Бу Орган маҳсулоти — бу сифат белгисидир. Унинг ток-шоуси олдин ҳам сифат кўрсаткичи вазифасини ўтаган. Унда меҳмон сифатида иштирок этишнинг ўзи киши обрўсини, шухратини ошириб юборади ва у Американинг жуда ҳам машҳур одамига айланиб қолади. Мадонна, Арнольд Шварценггер, Пол Маккартни, Джордж Кеннеди, Синди Кроуфорд, Джулия Робертс, Том Круз, Барбара Стрейзанд, Майкл Джордан, Екатерина Гордеева- буларнинг ҳаммаси ток-шоунинг меҳмонларидандир. Ўз навбатида, инжиқ Майкл Джексон ўзининг ҳаёти ҳақида журналистлар билан гаплашмасликка онт ичган бўлса ҳам, бирданига уйда Опра билан суҳбат куришга розилик берди.

Опра Уинфри ўзи бир неча йиллардан бери ишлаб келатган «инқироз жанри» — шоуни янги тафсилотлар билан бойитиб, уни кескин ислохот ҳам қилди. Ҳатто, унинг услуби ҳам ўзгарди: Опра янги соч турмаги қилдиртирди, озди, спорт билан шуғулланишга киришди ва ҳаётга бошқача қўз билан қарай бошлади. Унинг шоуси ортиқча эзмалик ва ҳиссиётларга берилиб кетишдан халос бўлди.

Ҳозир у жамиятни фоҳишалик, гиёҳванд моддалар, беҳаёлик ва зўравонликдан қутқаришга ҳаракат қилмоқда. Шеърят, психология, санъат ҳақида кўпроқ гапирмоқда. Опра китоб ва кинони севувчилар шахсий клубини очди. Шунинг учун унинг шоуси янги китоб ва фильмларнинг муҳокамаси билан бошланади. Кўрсатувларида аёлларга

қимматли маслаҳатларини берувчи машҳур психолог ва диетологларни таклиф қилади.¹

Репортёрлар фаолиятининг жамоатчилик фикрини таспирлашига доимий йўналтирилганлиги ижтимоий ҳодисаларни кузатишни, ахборотни излаш ва танлашни тақозо этади. Опра Уинфри ва унга ўхшаш кўпгина репортёрларнинг касбий тажрибаси журналистика соҳасида иш бошлаганлар учун нихоятда фойдалидир.

Газета муҳарририятларининг янгиликлар бўлими

Ҳар қандай нуфузли нашр тезкор ахборотлар бўлимига эгадир. Улардаги репортёрларнинг асосий вазифаси — турмушнинг барча жабҳаларидан янги хабарларни излаш, топиш, ёзиш ва тарқатишдан иборат. Улар тайёрлаган материалларни: хроника, эълон, янгилик ва қайдларни эълон қилиш одатда «кеча, бугун, эртага» сўзлари билан бошланади. Бу хил ахборотлар мажмуи қандаг қўра биринчи саҳифада «Кун янгиликлари», «Кеча, бугун, эртага», «Турли томонлардан дараклар», «Воқеалар тафсилоти», «Энг сўнгги янгиликлар», «Куннинг тафсилоти», «Ахборотлар бюроси», «Кечки даракчи», «Жаҳонда нима гап», «Мамлакатдан дараклар» ва б. рунлар остида алоҳида ўринда берилади.

Таҳририят-нашриёт ишларига компьютерларнинг тез жорий қилиниши билан репортёрларнинг фаолиятида жиддий ўзгаришлар юз берди. Эндиликда янгиликларни тайёрлаш амалда конвейер асосида кечади. Ахборот бўлими деярли мамлакатимизнинг барча етакчи газеталари: «Халқ сўзи» - «Народное слово», «Правда Востока», «Мулкдор», «Ўзбекистон овози», «Тошкент окшоми», «Вечерний Ташкент», «БВВ», «Престиж» - «Престиж-Шарқ» ва бошқаларда мавжуд.

Буларнинг барчаси ўзларининг хусусий тавсифидан келиб чиққан ҳолда ва ўз аудиториясига мўлжаллаб демократик ўзгаришларнинг бориши ҳақидаги кизикарли ва мазмундор фактларни танлаб олади ва узатади, гарчи бутун манзарани бўлмасада юз бераётган воқеа-ҳодисаларнинг асосий қисмини етказишга ҳаракат қилади. Тезкор ахборот бўйича махсус бўлимга эга бўлмаган муҳарририятларда эса

¹ Қаранг: ТВ-парад, 2000, 4-17 декабрь, 14-17 б.

янгиликлар билан ишлаш бошқа бўлимлар журналистлари зиммасига юкланган.

Уларда қайдлар, интервьюлар, репортажларни, ҳисоботларни тўплашга ва тайёрлашга умуммуҳарририят иши сифатида қаралади. Ҳатто республика миқёсидаги газеталарда, масалан «Молодежь Узбекистана»да ҳам янгиликлар бўлимининг йўқлигини ўтиш даври қийинчиликлари билан асослаш мумкин - ададнинг қисқартирилиши, нашрнинг даврийлиги, босмаҳона харажатлари ва газетани манзилга етказиб беришнинг қимматга тушиши, муҳарририятлардаги тузилмавий ўзгаришлар шундай қийинчиликлардан ҳисобланади. Бироқ бу муаммоларнинг барчаси янгиликларнинг қисқаришига олиб келмади. Аксинча, кейинги йилларда хабарлар ҳажми тобора ошиб бормоқда. Шу билан бирга ахборотларнинг турли туман манбаларга мансублиги ўқувчилар оммасини қизиқтирмай қолмайди. Шаҳар газеталаридан шундай бир мисолни келтиришимиз мумкин. Янгиликлар термаси берилган, булар ахборот агентликлари ва матбуот материаллари асосида тайёрланган. Мана уларнинг «Беескхпаридан сатрлар:

Тутунга қўмилган эр-хотин Паневежислик эр-хотин — Вацеловас ва Лина Лукенаслар ғайритабиий рекорд намойиш қилдилар. Улар ким узоқ вақт трубка чекиш бўйича ноанъанавий мусобақанинг ғолиби бўлдилар...

Инак рақобатбардошсизлик аломати сифатида Ўз ишини яхши биладиганлар ҳақида одатда шундай дейдилар: «Уилоннинг ёғини ялаган». Бундай пайтда киши қандайдир ўнғайсиз ҳолатга тушади. Бунга илоннинг ёғини нима алоқаси бор?..

Мижоз ҳамиша ноҳақ? Америка компьютер тармоғида оддий сўзлашув тилида «Веб» деб аталадиган қизиқарли ва тағбир жсоиз бўлса, ажабтовур сайтлар кўплабучрайди. Гарчи сайтлар шундай бўлса-да, нью-йорклик собиқ официант Кристофер Фелингер яратган сайт ўзига ҳослиги билан ажралиб туради. У официантларга калондимоғ ва арзимас чой пули қолдирадиган мижозларга нисбатан ўзларини қандай тутушлик ҳақида маслаҳатлар беради...

НУОлар Титандан учиб келадими? Кўпчилик олимлар НУОлар бизга қонот қатъидан учиб келади деб фараз қилдилар, чунки Куёш тизимида Ердан бошқа кислородли атмосферага эга бўлган биронта ҳам сайёра йўқ...

Тамойилга кўра мақоланинг бундай бошланиши, одатда китобхонни ўзига дарҳол тортишга хизмат қилади ва юқори даражадаги репортёрлик маҳоратидан далолат беради. «Окшом» янгиликлари бўлимининг ходимлари ҳам бундай янгиликлар мажмуини беришда ўз хизмат вазифаларига малакали ёндашганлар. Улар, хусусан ўз газеталарининг муайян мақсадга йўналганлигидан келиб чиқиб, пойтахт ҳаёт мароми анчагина кескинлигини ҳисобга олиб, иш қуни сўнгида кишиларнинг анча толиққанликларини назарда тутиб ва табиийки, ўз газеталарининг босмадан чиқиш вақтини ҳам ҳисобга олиб, ўқувчиларга мушоҳада қилиш ва кўнгил очиш тавсифидаги ахборотларни таклиф этади. Бундай материалларни бериш мамлакатимиз репортёрларини тараққий этган журналистика мезонлари даражасига кўтаришга мажбур қилади.

Албатта, долзарб ахборотларга эга бўлиш бўйича репортёрлик иши яхши ташкил этилган ва мунтазамлаштирилган бўлиш керак. Шу маънода бошқа нашрлардаги ҳамкасблар амалиётини ўрганиш, тўплаш, имкон борида чет эл тажрибасини ҳам ўзлаштириш талаб қилинади. ТПҲ иুক্তаи назардан қаралса, «Деловой Петербург» газетасининг усули ўрганишга аригудекдир. Унинг муҳарририятида ходимлар ичидан танланган махсус бир киши (набатчи) бор, унинг зиммасига кундалик телеянгиликлар, радиодан бериладиган хабарлар, газета, журнал, дайжест, прайс-нашрларда бериб бориладиган ахборотларни кузатиб бориш юкланган. Бундан мақсад узатилаётган муҳим янгиликларни «кузатиб бориш» (матбуот мониторинги) дир. Алоҳида эътиборга молик хабарларни «кузатиб» жамлар экан, муҳарририят келгуси сон мазмунини ишлаб чиқади, ўзи учун устувор йўналиш ва мавзуларни белгилайди. Энг янги хабарлар биринчи ёки кейинги мавзули саҳифаларда ёхуд «газетадаги газеталар»да, шунингдек, махсус иловаларда ҳам жойлаштирилиши мумкин.

Масалан, республика нашрларида «Оила даврасида», «Экологик саҳифа», «Шаҳримиз тадбиркори», «Ёшлар пресс-вitraжи», «Аёллар клуби», «Қонун ва биз» ва ҳ.к.лар каби махсус саҳифалар бериб борилади. Газетхонлар аҳлига яхши маълум — спорт хабарларига газетанинг сўнгги саҳифаси бағишланади.

Ҳар қандай муҳарририят шуни яхши биладики, хабар — таширф варақчаси эмас. Шунинг учун репортёр ўз ўрнини, янгиликларни бериш ва бу борадаги ижобий силжишларга қараб белгилашга уринади ҳамда эътиборли мавқени эгаллаш учун кўп куч ва билим сарфлайди.

Бироқ мамлакатимиз газеталари мавзулар мундарижаси ва тезкорлик борасида ахборотга чанқоқликни тўла қондириш даражасига эришди дейишга ҳали эрта. Хануз икки-уч кун кечиккан, баъзан ундан ҳам кўпроқ муддат ўтиб кетган хабарларни тарқатиш амалиётдан ситиб чиқарилганичайўк.

Респондент буларни яхши пайкайди ва журналистларни малакасизликда, сусткашликда айблайди. Бу хусусда баъзи журналистлар каби респондент билан баҳслашиш ёки унга таъна қилишга ҳожат йўқ. Бунинг ўрнига ахборот бўлимларининг репортёрлари ўз иш усулларини такомиллаштиришлари, аудиторияга куннинг долзарб воқеа ва ҳодисаларини кизиқарли фактларни ўз вақтида етказиб бериш устида бош қотиришлари мақсадга мувофиқдир.

Радионинг ахборот дастурлари

Радио бугунги кунда энг арзон оммавий тезкор ахборот воситаси бўлиб қолмоқда. Радио ҳамма учун бирдек, мунтазам ва ҳамма жойга кириб бора олади. Шу боис у матбуот ва телевидение билан тобора кучайиб бораётган рақобат шароитида ўз мавқеини сақлаб қолмоқда. Радиорепортёрлар шуни яхши биладиларки, илк хабар (биринчи талкин ёки факт ёхуд ҳодисаларнинг биринчи баёни) киши онгига тезроқ етиб боради ва иккинчи, учинчиларга нисбатан хотирада чуқурроқ сақланиб қолади. Зеро, биринчи ахборот (хабар) жуда ҳам ишончли бўлмаслиги мумкин, лекин тингловчининг ҳиссиётига, идрокига, мулоҳазаларига самарали таъсир этувчи фаол кўзғовчига айланади. Юқори тезкорликни таъминлашда радио техникавий имкониятларининг хизмати катта. Ахборот эшиттириш каналидаги янгиликлар, кўпинча, воқеаларнинг бошланиши билан бир вақтда тарқалади. Бундай тезкорликка радиомуҳбирнинг касбий шайланганлиги, унинг машқ кўрганлиги туфайли эришилади. Радиоахборот қоидага кўра «бугун», «шу дақи-

қаларда», «бугун кечқурун», «ҳозиргина ... ҳақида маълумот олдик», «муҳбиримиз телефон орқали хабар қиладики» ва х.к. ифода билан бошланади.

Ўзбекистон радиосининг барча тўрт канали — «Ўзбекистон», «Машғал», «Ёшлар», «Тошкент»нинг ахборот дастурларининг тезкорлиги сўнгги йилларда кескин ошди ва... бир кеча кундуздаги эшиттириш 73 соатдан ортиб кетди.¹

Бунга кўп жиҳатдан Би-Би-Си ва «Немис тўлкини» теле-радиокомпаниялари билан ижодий алоқаларнинг кучайганлиги ҳам сабаб бўлди. Радиожурналистлар етакчи чет эл ахборот агентликлари, Интернет ва бларнинг материалларидан кенг фойдалана бошладилар, бу эшиттириш мазмунини бойитди, ахборот бериш шакллари ҳам ранг-баранглашди. 5-10 дақиқалик радиоянгиликлар вақтида ҳам халқаро, ҳам ички хабар, фактлар бериб борилади.

Радиоэшиттирувнинг тезкорлиги унинг ҳаммабўлиги билан мустаҳкамланади. Радио дастурлари арзонлиги ва қабул қилишнинг қулайлигига кўра мамлакатимизнинг энг чекка бурчакларидаги тингловчилар доирасига ҳам мунтазам етиб боради. Радионинг ҳамма жойда ҳозирлиги турмушнинг барча соҳаларига тааллуқли янгиликлардан тингловчиларни ўз вақтида хабардор қилишга имкон беради.

«Журналистика» дарслигининг муаллифи В.В.Ворошилов² бу хусусда шундай дейди: «Радио чиндан ҳам ноёб хусусиятлар мажмуига эгадир... Одамлар бошқа ишлар билан шуғулланаётиб ҳам радиони тинглайдилар, шу билан бир вақтда барча ҳодисалар ҳақида — ҳам янгиликлар, ҳам кўнгил очар дастурлар, ҳам театр, ҳам бозор — тўғрисида муфассал маълумотга эга бўладилар. Газета ва журналлардан фарқли ўлароқ радио бизнинг уйимизга ҳодиса юз бераётган жойдан шу ҳодиса содир бўлаётган вақтнинг ўзидаёқ маълумот етказишга қобил аён инсоннинг янгроқ овози билан кириб келади. Радио кейинчалик ёқтириб қолинган дастурларнинг ишончли фактларига зарурат туғилганда қайта фойдаланиш учун маълумотларни магнит тасмасига сзиб сақдаб қўйишга имкон беради. Телекоммуникация |жвожланган шароитларда радио ўз тингловчиларини йўқотиб қўймади, балки маълумотларни узатишнинг тезкорли-

¹ Ўзбекистон матбуоти, 1997, №3, 2-6.

² Ворошилов В.В. Журналистика, 51-6.

ги, дастурларнинг оммабоплиги туфайли эшитувчилар сонини янада оширишга ҳам эришди. Радио эфири вақт тамойилига кўра шаклланади, дастурлар бўйича табақаланади. Ҳаммабоплик, соддалик ва шу билан бирга жонли сўз таъсирчанлиги тингловчиларнинг ҳозирги кунгача радиога содиқликларининг барқарорлигини таъминлашга имкон яратмоқда».

Радиодаги ўзига хос тасвир воситаларини мутахассислар икки гуруҳга ажратадилар. Биринчиси, — табиий, мавжуд воситалар: сўзлар, шовқин (ҳодисаларнинг акс-садоли тавсифи), мусиқа. Иккинчиси, техникавий воситалар: уларга биринчи галда монтаж киради. Ўзбекистон ахборот бозорида нодавлат радиостанциялар — «Водий садоси», «Гранд», «Сезам», «Орият-FM», «Орият-доно», «Ўзбегим таронаси» ва бошқалар муваффақиятли фаолият кўрсатмоқда. Улар тингловчилар ўртасида катта эътибор қозонган ва тумандан тортиб, то республика миқёсидаги давлат радиолари билан амалда рақобатлашмоқда. Буларнинг муҳарририятлари мунтазам равишда тингловчилар мониторингини ўтказиб туради. Масалан, «Гранд» радиостанциясида «Сизнинг фикрингиз» тадбири ўтказилади. Студиядаги автожавоббергичга ҳоҳлаган радиотингловчи қўнғирок қилиши ва бирор эшиттириш олиб боровчи ҳақида, радиостанциянинг ишидаги ижобий ва салбий томонлар ҳақида ўз фикрини билдириши мумкин.

«Гранд» радиоси бош муҳаррири М.Х.Холмбтлова «АиФ» газетасига берган интервьюсида шундай дейдиган: «Мен бир қанча ёзувларни эшитиб кўрдим ва жуда қувондим, уларнинг 98% бизнинг ишимиз ҳақидаги илиқ сўзлардир. Албатта, танқид ҳам бор. Биз барча фикр ва истакларни сўзсиз эътиборга оламиз. Шуниси қувончлики, ҳеч ким бизга бифарқ эмас экан. Бунинг учун ўз радиотингловчиларимиздан ғоят миннатдормиз»¹. Давлатга алоқадор бўлмаган радиоэшиттиришларнинг ахборий-қўнғил очар ва ахборий-мусикий эшиттиришлари алоҳида кизиқиш уйғотади. Бундай эшиттиришларнинг ҳар бирига ички ва ташқи ҳаёт ҳодисалари ҳақидаги қисқача янгиликлар киритилган. Улар билан бир қаторда эфирга «Зарбхона» («Монетный двор») тарзидаги янгиликларнинг мавзули блоки ҳам узатилади.

¹ Аргументи и факти, 2000, 10 феврал, 6-сон, 20-6.

Ҳозирги ҳолат шундайки, нодавлат радиоканаллар сонининг ошиши билан уларнинг ахборот хизмати ҳам кенгайди ва тобора йириклашиб боради. Рақобат эса янада кескинлашади, аммо бундан тингловчи факат фойда кўради.

Телевидениенинг ахборот дастурлари

XXI асрни ҳар хил ном билан — компьютер, космос, илмий аср, юқори технологиялар асри деб атайдилар. Лекин уни яна телевидение асри деб ҳам аташ мумкин. Зеро телевидениенинг самараси юқори. Ҳозирги пайтда сиёсий арбоб, тадбиркор, сармоядор ва оддий фуқаронинг ҳаётини «зангори экран»нинг ахборот дастурларисиз тасаввур этиш мушкул. Бугунги кунда Ўзбекистонда давлат ТВсининг 4 та канали ишлаб турибди. Биринчи канал — асосий, умумий. Уни ижтимоий-сиёсий ва ахборот шарҳдови канали деб ҳисоблаш мумкин. Кўрсатувлар, асосан, ўзбек тилида олиб борилади. Иккинчиси — «Ёшлар» канали — ахборий-томошавий кўрсатувлар канали. ЎзТВ-3 мамлакат пойтахти ва Тошкент вилояти учун кўрсатувлар бериб боради. Тўртинчи — халқаро канал — унда 10 тилда кўрсатув берилади, шулар орасида рус тилидаги кўрсатувлар вақти кўпроқ.

Юқоридагилардан ташқари Ўзбекистон ҳудудида 12 та иилоят телерадиокомпанияси, шу жумладан, Қорақалпоғистон мухтор республикасининг телерадиокомпанияси, шунингдек 39 та нодавлат, хусусий телестанциялар фаолият кўрсатади.

Пулли «Камалак» телехизмати сунъий йўлдош ТВси орқали Би-Би-Си, Си-Эн-Эн, «Немис тўлкини» ва Россия гслерадиокомпаниялари билан боғланади. Илгарилари бу мутлақо мумкин бўлмаган. Булардан ташқари, Ўзбекистонда кабелли телеканал мавжуд, лекин, бу асосан, кўрсатув узатилмайдиган станциялар; кассетали ва матнли ТВ бизда ҳали расм бўлгани йўқ. Агар қиёсланса АҚШда аҳолининг ярми кабел телевидениесидан баҳраманд бўлади.¹

Ўзбекистонинг матбуот нашрларидан фарқли ўлароқ, иуларнинг адади аҳоли умумий сонига нисбатан 10% (2,5 млн.)ни ташкил этади, телевидение ва радио аҳоли кенг

¹ Голь средств массовой информации в переломные периоды XX века. Т.: К. Аденауэр фонди, 1998, 15-6.

катламини қамраб олади. Булар оммавий ахборотнинг умум-миллий каналлари бўлиб қолди.¹

Мазкур телестудия ва каналлар ўз таркибида махсус ахборот дастурлари ва кўрсатувларига эга. ЎзТВ-1 да, бу — кундалик тонгги ахборот-мусикали «Ассалом Ўзбекистон» дастури, ҳафталик ахборот-тахдидий «Тахлилнома» дастури, шунингдек, ҳафталик инглиз тилидаги «FC14» ахборот кўрсатуви (F1g1; Спаппе1 Ие\У8 - Биринчи канал янгилик-лари), кундалик— «Новости» — «Янгиликлар» ахборот кўрсатувлари ва «Ахборот» дастури ўзбек ва рус тилларида берилади. ЎзТВ-2 да «Давр» кундалик ахборот дастури, ЎзТВ-3 да— кундалик «Пойтахт» ахборот дастури ва «Экспресс» телегазетаси. ЎзТВ-4да ахборот кўнгил очар-мусикий «Доброе утро!» телеканал, «Новости», «Сегодня в мире», «Время» (ОРТ, Россия), «Вести» (РТР, Россия), «Янгиликлар» (Дурдаршан, Ҳиндистон), якшанба кунлари — «Тонг» ахборот кўнгил очар дастури.

Нодавлат телеканалларида ҳам ўз ахборот хизматлари мавжуд. Улар ЮНЕСКО, «Интерньюс нетуорк», «АНЕС-МИ», «Каунтерпарт Консорциум», К.Аденауэр, Сорос, «Евразия» фондлари, «ТАСИС» лойиҳаси ЮСИА (АҚШ) ахборот агентлиги каби халқаро ташкилотлар билан ижодий ҳамкорлик натижасида ташкил этилган. Масалан, СТВ (Самарқанд)да ҳар куни эфирга «Хабарлар» уч (ў)бек, рус, тожик² тилда берилади. Марғилон ТВсида 3 та янгиликлар дастури - кундалик шаҳар ва минтақа янгиликлари; се-шанба ва шанба кунлари — шаҳар янгиликлари; шунинг-дек, якшанба кунлари — тахдидий «Водий ахборот дастури» тайёрланади.³

Кўкон «Мулоқот-ТВ»сида «Ассорти» ахборот кўрсатуви бўлиб, унда спорт янгиликлари ва мусика бериб борилади. Гулистон Алоқа-АК телестудияси ҳар куни эфирга «Лаҳза» («Мгновение») ахборот дастурини узатади. У Сирдарё вилояти ва вилоят марказида юз берган сўнгги ҳодисалар, воқеалар асосида тайёрланади, шунингдек, ҳафталик «Хабарлар» — ўзбек тилида ва «Гулистанские новости» — рус тилида бериб борилади.

¹ Ўша жойда.

² Ўша жойда, 57-6.

³ Вестник-ТВ. Интерньюс-Узбекистан, 1999, ноябрь, 21-сон.

Нодавлат телестудиялар ўз ахборот дастурлари ва кўрсатувлари билан бир қаторда эфирга айирбошланадиган «Интерньюс-Ўзбекистон» билан ҳамкорликда тайёрланган «Замон» кўрсатувини узатади.

Бу ахборот дастурлари, кўрсатув ва хизматлар бир тахлитда эмас. ЎзТВ-1 «Ахборот» дастури эфирга ўзбек ва рус тилида узатилиб, анъанавий расмий мақомини сақлаб келади. ЎзТВ-2 нинг «Давр»и эса «Ахборот»дан ўзига хос ютуғи билан ажралиб туради. Мухими, «Давр» материалларни бериб бориш шаклига кўра бир оз бўлсада, лекин Си-Эн-Эн, Би-Би-Силарни эслатади. Хусусан, «Давр»да Си-Эн-Энга хос «beacШпе» — «сарлавҳалардаги янгиликлар»га ва ранг-баранг «Еесёларга самарали мурожаат этилади.

Нодавлат электрон ОАВ «Замон» янгиликлар дастурида асосий эътибор танкидий кўринишларга қаратилади. Аммо, хусусий ТВларда баъзи чўзикликлар олиб борувчиларнинг маҳорати етишмаслиги каби қусурлар кўзга ташланади. Лекин, умуман, кейинги вақтларда ахборот блоклари такомиллашиши томон юз тутганлиги, янгиликларнинг мавзуи нуктаи назаридан репортёрлар ишида маҳоратнинг ўсганлиги аниқ сезилмоқда.

Бунда асосий оғирлик шарҳларни ўқувчи — дикторлар зиммасига тушади. Чунки, инглиз журналисти Б.Льюис таъкидлашича, бу иш матн мазмунини тезда илғаб олиш қобилиятини талаб қилади, материалларнинг кўпчилик қисми эса энг сўнгги дақиқаларда, эфирга чиқиш пайтида келади.

Бунда узатиш мароми бошқаларига қараганда анча жадал. Ҳар бир телекомпанияда муайян даражадаги ўзига хосликлар ҳам кузатилади: баъзи студияларда янгиликларни ишонарли, дўстона оҳангда беришни ёқтирадилар. Бошқа студиялар анча сипо, деярли расмий оҳангни афзал билдилар. Аммо кўпчилик студияларда эшиттиришлар қандайдир умумий оҳангга эга, буни оғзаки нутқнинг телекўри-ниши, деб ҳисоблайдилар.

Факат материалларни ўқишга ихтисослашган (масалан, Би-Би-Си телевидениеси янгиликлар хизматидагидек) су-хандон-шарҳловчиларда йиллар мобайнида муайян вази-ятга хос нутқий малака ҳосил бўлади ва улар учун бошқа дастурларда табиий суръатда гапириш кўпинча осон бўлмай-

ди. Шунга қўра унча катта бўлмаган телестудиялардаги диктор-шарҳловчилар анча кулай шароитда бўладилар, улар мунтазам равишда нутқ услубининг турли товланишларини ижро этиб, ўзгаришларга одатланиб қолганлар.

Ахборот дастурларида сухандонларнинг муваффақиятли ишлаши учун қуйидагилар жуда ҳам зарур: сиёсий янгиликлар ва жорий ходисаларга бўлган жонли қизиқиш, янгиликлар моҳиятини чуқур англаш, телекўрсатувларга ахборотни етказишга чин дилдан интилиш. Буларсиз кўрсатув зерикарли ва ланж бўлади.¹

Ахборот агентликлари

Ер кулрасида ҳозирги кунда 200 дан ортиқ давлат мавжуд. Шуларнинг 160 дан ортиғида миллий ахборот агентликлари фаолият кўрсатади. ЮНЕСКО маълумотларига қўра бу агентликлар ўз фаолият қўлами тавсифига қўра бир тахлитда эмас. Уларни шартли тарзда уч тоифага ажратиш мумкин:

1) жаҳон микёсидаги агентликлар. Улар сирасига Юнайтед Пресс Интернейшнл (ЮПИ) ва Ассошиэйтед Пресс (АП) — АҚШ; Британия Рейтер агентлиги, француз Ажанс Франс Пресс (АФП), шунингдек, - Россиянинг ИТАР-ТАСС (собик ТАСС), РИА - «Новости» (собик АПН) қабилар қиради;

2) халқаро аҳамиятга молик миллий агентликлар. Булар фақат ўз мамлакатлари учунгина эмас, балки мамлакатлар гуруҳи ёки минтақаларга ҳам ахборот етказиб беришга қобил. Масалан, Германиянинг ДПА агентлиги Европа марказини қамраб олган. Мисрнинг МЕНА агентлиги бутун араб Шарқига ахборот етказиб беради, Киодо Цусин (Япония) ва ПТИ (Ҳиндистон) агентликлари Осиёдаги икки йирик мамлакат учун янгиликлар тайёрлайди ва бутун Осиё қитъасини таъминлайди;

3) қолганларининг барчаси - миллий ахборот агентликлари. Уларнинг баъзилари ривожланган мамлакатларга тааллуқли. Улар гарчи агентлик мавқеига эга бўлса-да, аслида ҳукумат матбуот хизмати ёки Ташқи ишлар вазирлиги ҳузуридаги матбуот бўлими ҳисобланади.

¹ Льюс Б. Диктор телевидения, 32-33 б.

Ҳукумат манбаи асосида фаолият кўрсатадиган ахборот хизматлари, қоидага қўра, ахборот бюллетенлари нашри билан шуғулланади. Булар, масалан, Африкадаги қўпчилик мамлакатларда кундалик газетанинг ўрнини босади.

Ана шундай катта-кичиклик, бир тахлитда эмаслик ҳолатида янгиликлар «конвейери» устидан мутлоқ ҳукмронликка «катта олтилик» - ЮПИ, АП, Рейтер, АФП, ИТАР-ТАСС, РИА «Новости»лар даъво қилишлигини тушунса бўлади.

Ахборот агентликлари тарихига бир назар

Шулардан биринчиси XIX асрнинг биринчи ярмида ташкил этилган. 1835 йилда асли венгер бўлган Франция фуқароси Ш.Гавас Парижда газеталарни ахборот билан таъминлаш бюросини очади. У «Гавас агентлиги» номи билан 100 йилдан ортиқ фаолият кўрсатади. 1855 йилда «Гавас» ходими П.Рейтер Лондонда ҳозиргача ишлаб келаётган Рейтер агентлигини очади. «Гавас»нинг бошқабандиси Б.Вольф 1849 йилда Берлинда «Вольф-Телеграф-Бюро» матбуот агентлигини тузади. АҚШдаги биринчи телеграф агентлиги - «Нью-Йорк Ассошиэйтед Пресс» 1847 йилда ташкил этилган. Кейинчалик яна бир нечта телеграф агентликлари — «Истерн Ассошиэйтед Пресс» - (Шарқий матбуот уюшмаси), «Уэстерн Ассошиэйтед Пресс» (Ғарбий матбуот уюшмаси) ташкил топади. 1892 йилда «Юнайтед Пресс Ассошиэйтед» тузилади ва у нисбатан оз вақт фаолият кўрсатади. Уларнинг фаолияти шу билан фарқланганки, фақат АҚШ ичидагина ахборот тўлаб тарқатганлар.

1870 йилда Европанинг уч телеграф агентлиги — Гавас, Рейтер ва Вольф - ўртасида шартнома тузилади, бунга Америка Ассошиэйтед Пресс агентлиги ҳам қўшилади. Бу шартномада улар томонидан Ер кулрасини ўзаро тақсимлаб олиш кўзда тутилади. Унга қўра Гавас агентлиги ахборотларни ва уларни тарқатишни ўз қўлига олади. Уларни газеталар, жамоатчилик фикрига етказувчи бошқа органлар орқали Франция, Швейцария, Италия, Испания, Португалия, Миср, Марказий ва Жанубий Американинг барча мамлакатларида тарқатади. Рейтер эса Буюк Британиянинг барча ҳудудларида, Туркия, Узок Шарқ ҳамда Мисрда тарқатади.

Вольф Германия, Австрия, Голландия, Скандинавия ва Болкон мамлакатлари ҳамда, Россияда шундай ишни амалга оширади. Ассошиэйтед Пресс эса ўз хабарлари билан Европа ва Осиё ахборот бозорига чиқа олмайди. АҚШ ҳудудига тўпланган хабарларни Рейтер, Гавас ва Вольфга бериши мумкин эди, холос. Булар олган хабарлар шартномага кўра «ўзлариники» бўлган Ер курраси қисмларида тарқатганлар.¹

Россияда биринчи РТА телеграф агентлиги 1869 йилда тузилган, кейин Халқаро — МТА (1872), Северное - СТА (1882) ташкил топди. Бу агентликлар барчаси хусусий эди. Биринчи умумроссия агентлиги 1894 йилда тузилади. 1904 йилда эса Сакт-Петербургда ҳукумат телеграф агентлиги таъсис этилади. 1918 йилда Петроград телеграф агентлиги (РОСТА) ташкил топади. 1925 йилда ТАСС (Телеграфное агентство Советского Союза), кейинроқ эса Иттифокдош республикалар телеграф агентликлари ташкил этилади. 1961 йилда - жамоатчилик «Новости» матбуот агентлиги (АПН - ҳозирда РИА «Новости») тузилади.

Уларнинг вазифасига ахборотни ташкил этиш, йиғиш, сақлаш, тарқатиш ва шартнома асосида газета[^]журнал, радио, телевидение, китоб нашриётлари, ҳукумат муассасалари, жамоатчилик ташкилотлари, ҳатто, яқка шахсларни ахборот билан таъминлаш киради. Масалан, ЮПИ иқтисодий тавсифдаги махсус бўлинмалари, янги биржа хабарлари ва бошқа тижорат хабарларини кўриб чиқиш билан шуғулланади, бу мақсадлар учун агентлик махсус компьютер техникаси билан жиҳозланган.

Барча агентликлар ижтимоий, сиёсий, иқтисодий ва маданий ҳаётга оид кўплаб хабарларни етказди. Тезкорлик, хабар тарқатиш кўлами, жамоатчилик фикри, сиёсий жараёнга таъсир этиш кўлами бўйича улар бошқа ОАВлар ичида етакчилик қилади.

Жаҳон агентликлари фаолиятида жадал ривож топаётган ахборот технологиялари улкан аҳамиятга эга бўлмоқда, улар бой маълумотлар мажмуини ташкил этиш ва ис-талган масофага ахборот етказиб беришни таъминлашга имкон беради. Улар кеча-кундуз мобайнида миллионлаб

¹ Пальгунов И.Г. Основн информации в газете. ТАСС и его роль. — Москва: МШ. 1955, 13-6.

сўзлардан иборат ҳажмда хабар йиғади, 150 дан ортиқ мамлакатда ўз обуначиларига эга.

Интернет пайдо бўлиши билан ахборот агентликларининг ахволи тубдан ўзгарди. У ўз моҳиятига кўра, юкорида қайд этилганидек, ҳам янги технология, ҳам хабарларнинг бой манбаи, ҳам газета, журналлар, ТВ, РВ ва ҳужжатли кино билан бир қаторда оммавий алоқа воситаси ҳамдир.

Интернет — янги жаҳон ахборот агентлиги ҳамдир, у интерфаол телевидениедан ҳам устундир. Зеро, унинг тармоғига ҳар бир боғланувчи жаҳоннинг энг йирик кутубхоналари жамғармасидан бошлаб, то хусусий ахборот манбаларидан энг ранг-баранг ахборотларни чекланмаган микёсда олиш имконига эга. Ҳозирда Интернетга барча йирик ахборот агентликлари боғланган.

Жаҳоннинг йирик ахборот агентликлари, юкорида қайд этилганидек, аллақачон Ер куррасининг у ёки бу минтақасига ахборот бўйича таъсир доирасини ўзaro бўлишиб олган. Улар, америкалик тадқиқотчи У.Рид фикрича, миллатларaro ахборот трестига айланганлар. Ва бошқа мамлакатларга шундай сингиб кетганларки, таъбир жоиз бўлса, «ҳар ерда ҳозир у нозирлик» улар учун жуда хос. Шу муносабат билан 1973 йилдаёқ Тампере (Финляндия)даги ахборот айирбошлаш муаммолари бўйича халқaro симпозиумда Финляндиянинг президенти У.К.Кекконен ҳолис тадқиқотчилар кузатувларидан хулоса қилиб, шундай деган эди: «ривожланаётган мамлакатлар... Ғарбнинг саноатлашган индустриал мамлакатларидан ахборот экспорт қилишдек саховатга дучор қилинганлар... Ахборот империализми — жаҳон майдонидаги аҳвол шу». Бундай тажовуз бугун кун тартибига қатор муаммоларни, аввало, халқaro ахборот тарқалишини мувофиқлаштиришни талаб этади. Унинг ҳуқуқий, ахлоқий, этник-менталитет ва конфессионал жиҳатлари минглаб халқaro ташкилотлар диққат марказида турибди, уларнинг ҳар бири маълум даражада ахборот воситалари билан қуролланган ва бунда биринчилик, албатта, БМТ ва ЮНЕСКОдадир.¹

Аслида, ахборот агентликларининг фаолияти қуйидаги намунавий мақсадлардан иборат бўлиши керак:

¹ Новая ООН — для нового века, 11-6.

- сиёсий — мафқуравий вазият ва таъйиқлардан, миллатчилик ва диний экстремизмдан, ақидапарастлик ва буюк давлатчилик васвасидан ҳоли бўлиш;
- оз сонли миллатларни, етишиб келаётган ёш авлод-ни ахборот соҳасидаги, айниқса, ахлоқ ва маънавият соҳасидаги манфаатини ҳимоя қилиш;
- миллий тил ва маданиятни, тилни мустаҳкамлаш, ҳар қандай маданий тажовузга қарши туриш, бадий ва илмий меросни тақдим этиш;
- ахборотни рақам шаклида узатишни таъминлайдиган лойиҳаларни амалга ошириш;
- шахс ва жамиятнинг ахборий хавфсизлигини, шунингдек компьютер ва юқори технология соҳасидаги жиноятчиликка қарши курашни таъминлаш;
- ақлий меҳнат натижаларини ҳимоялаш;
- халқчил, халқпарвар очиқ давлат шакллантириш ҳамда фуқаролар билан мулоқотни кенгайтириш учун ахборот воситаларидан мақсадли фойдаланиш.¹

Ўзбекистон ахборот агентликлари ,

Мустақил Ўзбекистонда учта агентлик: ЎЗА, «Жаҳон», ва «Туркистон-пресс» фаолият кўрсатади.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 1992 йил 5 февралдаги «Ўзбекистон ахборот агентлиги (ЎзТАГ)ни Миллий ахборот агентлиги (ЎЗА)га айлантириш тўғрисида»ги Фармонида биноан у мустақил ахборот агентлигига айланди.

ЎЗАнинг асосий вазифаси Республика микёсида ва республикадан ташқарида хабарларни йиғиш ҳамда давлат органлари ва ижтимоий бирлашмалар, шунингдек, хусусий шахсларга етказишдан иборат.

ЎЗА хабарлар йиғиш ва тарқатиш бўйича фаолиятини сиёсий ҳамда ижтимоий ташкилотлар доирасидан мустақил равишда амалга оширади. Ўз тасарруфидаги имкониятлар микёсида у мамлакатда ва ундан ташқарида ахборот марказлари, бўлимлари ҳамда мухбирхоналарни мустақил таъсис этиш ҳуқуқига эга.

ЎЗА Туркия ахборот агентлиги билан икки томонлама ахборот айрибошлаш ҳақидаги шартнома асосида тўғри-

¹ Ўша жойда. 12-6.

дан-тўғри алоқаўрнатган ва бунда ИТАР-ТАСС алоқа каналидан фойдаланади.

ЎЗА ИТАР-ТАСС ва бошқа чет эл агентликлари билан шартномаларни, барча турдаги хабарларни олиш (сотиб олиш) ҳақидаги битимларни айирбошлаш шарти билан ёки ишлаб чиқариш ҳамда бошқа соҳалардаги ҳамкорлик асосида тузади.

ЎЗА бош тахририят, республика ахбороти ва халқаро ахборот, шунингдек, таржима, фото ва тасвир тахририятларига эга. Унда ҳаммаси бўлиб 80 киши ишлайди.

«Жаҳон» ахборот агентлиги 1995 йил ноябрда ташкил этилган. Унда 60 дан ортиқ ходим бўлиб, улардан 10 нафарга яқини мамлакатнинг чет эллардаги ваколатхоналарида ишлайди.

Қуйидагилар унинг асосий вазифаси ҳисобланади:

- Ўзбекистон сиёсий, ижтимоий-иқтисодий ҳаёти ҳақида чет эл мамлакатларига тезликда хабарлар етказиш учун миллий АА ва халқаро ахборот марказлари билан доимий алоқани таъминлаш;
- чет элларда халқаро ҳамкорлик учун Ўзбекистоннинг имкониятлари ҳақида ҳикоя қилувчи ахборот бюллетенлари, маълумотномалар, каталоглар, газета, журналлар ва бошқа нашрий ҳамда компьютер, фото-аудиовизуал маҳсулотларни чоп этади ва тарқатади;
- халқаро ташкилотлар иқтисодий фаолияти шароитлари ҳақидаги хабарларни республика ичида йиғиб тарқатади;
- «Жаҳон» ААнинг тузилиши маъмурият (директор ва котиб) ҳамда ўнта хизмат (тахририй-нашрий ахборот дастурлари, брифинг ва матбуот конференциялари, молиявий-иқтисодий хизмат, кадрлар билан ишлаш кабилар)дан иборат.

«Туркистон-пресс» ахборот агентлиги ўз фаолиятини 1997 йил охиридан бошлаган. «Туркистон-пресс» агентлигининг вазифалари эса қуйидагича:

- Ўзбекистон ҳаёти ва дунё воқеалари ҳақида ҳолис ахборотларни тўплаш, саралаш, тарқатиш;
- сайёҳлик тадбирларини ташкил этиш ва ўтказиш, ватандошлар ва чет эллик фуқароларга, корхоналарга комплекс сайёҳлик хизмати кўрсатиш;

- реклама, нашриёт-матбаачилик махсулотлари ишлаб чиқариш, рекламали, мусиқали клипларни тайёрлаш, видеомуҳандисларни тарқатиш, спорт ва санъат байрамларини ўтказиш;
- ўзининг махсус телеканали ва радиоканалига эга бўлиш;
- ноширлик ва матбаачилик фаолиятини амалга ошириш;
- ахборот тарқатиш бўйича чет эл иш тажрибаларини ўрганиш ва ўз фаолиятига тадбиқ этиш;
- ички ва ташқи ахборот бозорига ахборотларни солиш, иқтисодий, илмий, маърифий ва оммабоп пуллик хабарномалар чиқариш, уларни ҳар қуни модем алоқаси орқали мижозларга тарқатиш.

4-МАВЗУ. ОММАВИЙ АЛОҚАЛАР

Замонавий ахборот бозорига оммавий алоқалар (РК) хизматлари ижтимоий аҳамиятга молик ахборотларни тайёрлаш ва тарқатиш билан шуғулланади. Пресс-релиз, дайжест, буклет, проспект, бюллетенлар чиқаради, матбуот конференциялари, журналистлар билан суҳбатлар ташкил этади, мамлакат ва чет эл ОАВларга янгиликларни етказди, шунингдек, оммавий алоқа воситаларидаги материаллар, ўзлари фаолият кўрсатаётган идоралар доирасидаги органлар, институтлар, муассасалар ва тузилмаларнинг раҳбарлари учун таҳлил этади. РК хизматининг асосий вазифаси, биринчидан, хусусий фирмалар, корпорациялар, вазирликлар, департаментлар, ўз ўзини бошқариш маҳаллий идоралари ва блар учун қулай шуғулланишдан иборат. Иккинчидан, улар янги махсулотни, ноу-хау ва инновация, ташаббус, ўз «товар белгиси»ни мунтазам ва мақсадга мувофиқравишда реклама қилиш. Учинчидан, бозорни изчил тадқиқ этиш, таваккалчилик стратегиясини ўрганиш, яъни маркетинг бўйича тадбирлар мажмуини амалга оширишдир. Буларнинг барчаси бир томондан жамоатчилик фикрини аниқлаш учун, иккинчи томондан, бу жараёни демократия мезонлари доирасида бошқариш учун зарур.

Оммавий алоқалар тарихидан бир шингил

РК фаолиятининг ибтидоси XX аср бошларида жадал риожданишни бошлаган АҚШнинг йирик бирлашма (корпорация)лари фаолият билан боғлиқ. Бу уюшмалар жамоатчилик билан алоқалар олиб бориш бўйича ўз хизматини ташкил этар экан, ўзларининг тараққий этишлари ҳақида қайгурадилар, товарлар бозори пештахталарини эгаллашга ва бу товарлар паблисити яратиши (олға босиши)га интиладилар. Корпорация эгалари оммавий алоқаларда ўз қиёфалари мақомини яратишга нисбатан инжиқлик билан муносабатда бўладилар ва бунга ўзларининг ижтимоий имтиёзли мақомга эга сиймолари орқали эришадилар. Шу мақсадда улар пресс-бюллетень, пресс-релиз ва х.к.лар орқали турли хал-

барлар таркатадилар ва бу ахборотларда таклиф этилаётган товар ва хизматлар, ўзларининг янги ишланмалари ҳақида лўнда ва аниқ маълумотлар беради. Буларда асосий диққат эътибор бозорни кенгайтиришга қаратилади. Бундай материаллар газета ва журналларнинг таҳририятларига жўнатилади. РК — хизматлари йирик ва машҳур нашрлар учун материаллар тайёрлайди. Бу ишда улар ғайритабиий интилувчанликни ва ижодкорликни намоён этадилар. Корпорация уюштирган ҳар бир тақсимот журналистларсиз ўтмайди. Тақдимот жараёнида таҳририятнинг вакиллари иштирокчиларни реклама буклетлари, ўзлари ишлаб чиқарган янги маҳсулотларнинг фотосуратлари билан таъминлайдилар. Бундан ташқари, фирма ва корпорацияларнинг муваффақиятлари ҳақида экспозиция ўтказадилар, бунда америкаликларнинг гуллаб-яшнаши борасида амалга оширилаётган хайрли ишлар, спорт ва маданиятга ҳомийлик қилиш, шунингдек, ижтимоий ҳимоясиз гуруҳларга беғараз ёрдам бериш ҳақида батафсил ва самарали ҳикоя қилинади. Шу билан бирга ОАВ ривожланиши хусусидаги ўз хабарлари ҳақида айтиб ўтишни ҳам унутмайдилар.

Бундай тадбиркорлик тажрибаси тезда сиёсатдонлар томонидан пайқаб қолинади ва улар бундан ўзларининг популистик мақсадларида мохирона фойдаланади. Америка президенти Вудро Вильсон сиёсий РКнинг отаси ҳисобланади. У ўз сайлов олди тадбирларида ҳақиқатга тўғри келмайдиган фотосуратлардан фойдаланади.¹ 1917 йилда айни шу Вильсоннинг ўзи биринчи жаҳон уруши кетаётган вақтда жамотчилик фикрини бошқариш мақсадларида «ижтимоий ахборот» бўйича федерал қўмита таъсис этади. Шундан кейин қўп ўтмай республикачилар ҳам, демократлар партияси ҳам ўз РК — офис² ини ташкил этади. 1933 йилда РК бўйича маслаҳат органи Калифорнияда таъсис этилади. 1970 йилга келиб бундай маслаҳат органларидан АҚШ, Буюк Британия ва бошқа кўпгина мамлакатларда кенг фойдаланила бошланади.

Бу шундан гувоҳлик берадики, ҳукуматлар ўз нуфузлари қанча муҳим эканлигини аллақачон яхши тушуниб ол-

¹ Титберг. Н. Макейтс Ролдс. Тъе Атепсашапон 01"§0Уептеп11пютаиоп Ролку т Ўе 1Ж, сонтегенсе рарег презепед то Ше Атепсашапон оҒ Силше Сопегенсе 3^апаеа, Серлетберг, 1992, Р-3.

² РК-офис - РибЦс 1пютаиоп оЮсе — Ижтимоий ахборот офислари.

ганлар. Шунинг учун баъзи ҳукуматлар жамоатчилик фикрини бошқариш мақсадида кўз қўриб, кулоқ эшитмаган усулларни қўллайди. Нима учун? Бунинг сабаби жуда оддий ва у бутун XX юз йиллик мобайнида ўзгаргани йўқ. Ғарблик тадқиқотчи Тамбер таъкидлашича, «... гарчи жамоатчилик фикрини чалғитиш тутуми (тактикаси) ўзгарган ва у маъмуриятдан бу маъмуриятга ўтганда ривожланган бўлса-да, мақсад ўша-ўша, — яъни расмий сиёсат бўйича ягона фикр (ёки консенсус)га эришиш бўлиб қолаверган».

АҚШдаги етакчи сиёсий партияларнинг РК ташкил этиш тажрибасини Буюк Британиядан ўзлаштириб оладилар. Қизиғи шундаки, Ғарб сиёсатдонларининг фикрига кўра, лейбористлар ва консерваторлар партиялари ўртасидаги фарқ энди 15-20 йил аввалги ҳолга ўхшамайди. Сайловда ғолиб бўлиш учун улар тез-тез ОАВ соҳасидаги мутахассисларнинг маслаҳатларига мурожаат қилишига мажбурдирлар.

«Аммо сайловдан ўтиб олгач, сиёсатдонлар ОАВларининг уларни қўллаб-қувватлаши арзимас даражада бўлган деб ҳисоблайдилар».¹

Шундай қилиб, РК сиёсий усулларида кенг фойдаланиш ОАВ ривожланиши билан чамбарчас боғлиқдир. Бошқа бир ғарблик эксперт Куолтер асосли таъкидлашича, «бизнинг давримиз ахборот воситаларини кашф этиш билан эмас, балки ОАВга, анча кенг қўламли газеталар, турли хил журналлар, радио, телевидение ва миллионларга етиб борадиган бошқа ҳамма нарсаларни қамраб оладиган терминни сингдириш билан тавсифланади».²

ОАВлар орасида ҳукумат РК ларига нисбатан энг муҳими телевидение бўлиб қолмоқда. Масалан, АҚШда биринчи марта 1960 йилдаги президентлик сайловлари вақтида Жон Кеннеди ва Ричард Никсонлар ўртасидаги телемулоқот вақтида телевидение муҳим аҳамият касб этди. Бу, айтиш мумкинки, тарих ҳали кўрмаган энг машҳур президентлар мулоқоти эди. Улар ҳар қандай номзод учун сайловчилар олдида ўзларини, таъбир жоиз бўлса, фариштадек қилиб кўрсатиш нақадар муҳимлиги тўғрисидаги фикр-пи илк бора тасдиқдадилар. Телевизор учун истараси ис-

¹ Титберг, 25-6.

² (*iaier Т.Н. Ортюп Control т Гъе Оетосгааея. БошЗоп, МастШап, 1985, Р-197.

сиқ бўлган Кеннеди ўзининг ёши анча катта бўлган рақиби олдида сезиларли устунликка эга эди. Буни мулоқотдан сўнг дарҳол жамоатчилик фикрини билиш учун ўтказилган сўровнома ҳам яққол тасдиқлайди. Мулоқотни радиодан тинглаганлар Никсон яхши гапирди деган хулосага келдилар, лекин мутлоқ кўпчилик, яъни мулоқотни ўз «зангори экранлари» орқали кузатганлар эса, мулоқотда Кеннеди ютиб чиқди, деб ҳисоблайдилар. Ҳамон кўпчиликнинг ёдида, Никсон эфирга чиқишдан олдин соқолини олишни унутган экан: шунга асосланиб кўпчилик «Никсон шундай шахс-ки, унга ишониб бўлмайди», деган хулосага келган.

Рейган ва унинг командаси сиёсий РК ни ривожлантириш йўлида янада илгарилаб кетди. Робинсоннинг фикрича, Вьетнам ёки Уотергейт шармандаликларидан чиқарилган хулосалар (ҳукуматдаги стратеглар томонидан ҳукумат учун ОАВ даги кўпчилик материалларнинг оҳанги ва шакли ўта қониқарсиз, деб чиқарилган хулосалар¹ ҳукумат томонидан янгиликларни назорат қилиш зарурлиги ҳақидаги муаммони ўртага қўйди.¹ Кейинчалик бунга янгиликларни манипуляция қилишнинг хуфя жараёни орқали эришилди. Рейган маъмурияти ишлаб чиққан усуллардан кўпчилиги Б.Клинтон даврида янада ривожланди.

Буюк Британияда ҳам сиёсий РК га эътибор кучайганлиги кўзга ташлана бошлайди. 1977 йил бу борадаги кескин бурилиш йили, деб ҳисобланади, бу вақтга келиб шубҳали реклама кампаниялари, аҳоли сўровлари, спин — докторлар (ОАВ учун воқеаларни мақбул тарзда талқин қилиш учун ёлланган сиёсий арбоблар — муаллиф таъкиди) фаолиятини ўтказиш учун реклама агентликларидан, хушёқар фотосуратлардан кенг фойдаланила бошланди. Бу усулларнинг барчаси охир оқибат АҚШдаги сайлов технологиясининг ажралмас қисми бўлиб қолади. Булар кейинчалик халқаро миқёсда ҳам кенг қўлланилади.

Ўзбекистонда Оммавий алоқалар

Ўзбекистонда ҳам РК хизмати, агентлиги ва марказлари жамоатчилик билан алоқа тизимида янги ташкилий тузилма сифатида шакллана бошлади.

¹ Каранг: ФранкНп, В. Раска§п§ РОМЙСЙ, Бопдоп Шдаагд АгпоМ, 1994, Р-47.

Буларни бир неча турга бўлиш мумкин:

- **сиёсий РК лар** — бунга матбуот котибиятлари (президентлик, вазирликларга тааллуқли); шунингдек, дипломатик корпус; вазирликлар, муассасалар, маҳаллий ўз-ўзини бошқариш идоралари ва ҳ.к.лардаги пресс-марказлар кирди;

- **нодавлат муассасалар РКлари** — ҳукумат ихтиёрида бўлмаган ташкилотлар (масалан, Ўзбекистон тадбиркор аёллари уюшмаси, Инсон ҳуқуқлари бўйича миллий марказ ва ҳ.к.; САДУМ, бошқа диний бошқармалар)нинг турли матбуот хизматлари кирди;

- **тижорат РК лари** — турли тузилмалар—фирма, АЖ, ҚК, биржа, банклар, холдинглар, ҚК, концернлар, савдо уйлари ва ҳ.к. матбуот хизматларини ўз ичига олади;

- **халқаро ташкилотлар, ваколатхоналар ва жамғармаларга қарашли РК лар** — масалан, БМТ, (ЮНЕСКО, ЮНИСЕФ ва б.), «ЭКОСАН», Гёте институти, К.Аденауэр жамғармаси, (Сорос) — Очиқ жамият институти, Интерньюс ва б.

Масалан, йўл ҳаракати хавфсизлиги хизмати (ЙХХХ)-даги Паблик Рилейшнз хизмати Тошкент шаҳар ички ишлар бошқармаси (ТошШИИБ)да йўл-транспорт ҳодисаларини олдини олиш ва қискартиришни, фуқаролар ҳуқуқий билимини оширишни ўзининг асосий мақсади деб билади. Бу бир жиҳати. Иккинчидан эса — йўл ҳаракати хавфсизлиги хизматининг обрўсини жамоатчилик олдида сақлаш ва оширишдир.

Шу маънода, у турли ОАВлари билан мустаҳкам алоқа ўрнатган. Хусусан, «Тошкент оқшоми» — «Вечерний Ташкент» газеталарида «Чорраҳа» («Перекрестек») рукни остида шаҳар кўчаларидаги ҳаракат хавфсизлиги аҳоли ақидаги хабарлар ва маълумотлар бериб борилади. Мазкур мавзу «Автохамрох» — «Автопресситиж» журналларида, аймикса, «Автоолам» — «Автомир»ларда мунтазам ёритиб (юрилади).

ТТВ ва «Ёшлар» телеканалларида эфирга «Осойишталик фидоийлари» - «Завдитники правопорядка», «Глинка-44», ••Льюрейд» кўрсатувлари бериб борилади. «Тошкент студияси» радиоканалида мунтазам равишда ЙХХХ раҳбарияти (илан «тўғридан-тўғри мулоқот» ташкил этилади ва эшит-

тириб борилади, «Оқ йўл» («Счастливого пути») радиожурналида транспорт ва йўл мавзуидаги ранг-баранг ахборотлар бериб борилади. «Дўстлик» халқаро радиоканалида 40 минутли эфирга «На страже правопорядка» (аввал «Человек, автомобиль, дорога» деб аталган) радиожурнали узатилади, унда ЙХХХ РК хизмати материалларидан фойдаланилади.

Булардан ташқари кўргазмали қўлланма, буклет, плакат, реклама роликлари, эсдаликлари тайёрланади ва махсус тадбир ва тажриба-синовлар ўтказилади.

Масалан, 1999 йил февралдаги экстремистлар хуружидан сўнг ЙХХХ РК хизмати ЎзТВ билан биргаликда синов реиди ўтказди. Бунда номаълум кимса пойтахт бозорларида сотувчи-дехконлар олдида келиб ичида нима борлигини айтмай қоғоз қутисини бирмунча муддатга қолдириш учун изн сўрайди. Орадан сал ўтмай буларга мухбир микрофон билан мурожаат этиб, қоғоз қути ичидаги нарсани унга маълумий ўқилигини, дехкон нима учун бунга рози бўлганини сўрайди. Яқин орада шаҳар жамоатчилиги кўп йиғиладиган жойларидаги бундай тадбирлар огоҳлантириш эканлиги ва булардан тегишли хулосалар чиқариш зарурлигини таъкидлайди. Ҳамда кишилардаги бепарволик, лоқайдлик қандай оқибатларга олиб келиши мумкинлиги тушунтирилади. Мазкур синов реид материаллари «Ахборот» дастури орқали эфирга узатилди ва жамоатчиликда катта қизиқиш уйғотди. Ҳамда ЙХХХ РК хизмати фаолиятидан яна битта йўналиш — террорчилик ҳаракатининг олдини олиш стратегиясини ишлаб чиқиш учун туртки бўлди. ЎзТВ биринчи ва иккинчи каналларида ижтимоий-маърифий рекламаларда, жамоатчилик жойларида ҳамда турар жойларда фавқуллодда ҳодиса юз берган шароитларда нималар қилиш, ўзини қандай тутиш кераклигининг кўрсатилиши мазкур мақсаднинг намунавий кўриниши бўлди. Бу реклама роликлари энг «томошанавис вақт»да — соат 19 дан 23 гача чопқир сатрларда қисқартирилган ва қайтар тарзда бериб борилади.

Демак, ЙХХХ РК хизматининг фаолият самараси кўзга яққол ташланмоқда ва бунга кўп жиҳатдан ЎЗМУ журналистика факультетининг битирувчилари - А.Эрназаров, З.Қаюмова, В.Тугин каби мутахассисларнинг касбий маҳорати ҳам сабаб бўлмоқда.

Шундай қилиб, РК — гарчи бир оз сустлик билан бўлсада, мамлакатимизда фаоллашиб бормоқда, зарур касбий малакага эга бўлмоқда. Бунга кўп жиҳатдан ижтимоий-сиёсий тизимнинг демократлашуви йўл очмоқда маъмурий буйруқбозлик усулидан воз кечиш ва очиқ демократия моделини яратиш, ўзгарувчан шароитларга мослашув асосий омил бўлмоқда.

РК хизматларига таяниб, давлат, тижорат, жамоат ва бошқа тузилмалар ўз ахборот алоқа имкониятларидан анча тўлиқ фойдаланмоқдалар, тасвирий узлукли алоқа ишоратларинигина эмас, балки бутун бошқарув жараёнининг самарасини, барқарор, режали ахборот фаолиятини таъминламоқдалар.

Давлат бошқарув идораларида хизматнинг асосий йўналишлари

Мутахассислар давлат бошқарув идораларидаги жамоатчилик билан алоқа ўрнатиш хизматларига қуйидаги мажбуриятларни юклайдилар:

- фуқаролар, ташкилотлар билан алоқаларни ўрнатиш, сақлаш ва кучайтириш;
- қабул қилинаётган қарорларнинг моҳияти ҳақида жамоатчиликни ҳабардор қилиш;
- жамоатчиликнинг лавозимдор шахслар ва ҳукумат идораларининг ҳатти-ҳаракатига муносабатини таҳлил қилиш;
- ижтимоий-сиёсий жараённи башоратлаш, ҳукумат идораларини истикболни чамалаш-таҳлил этиш ишланмалари билан таъминлаш;
- ҳокимият ва лавозимдор шахсларга нисбатан нуфузли тасаввурни шакллантириш.

«Жамоатчилик билан алоқалар» («Связи с общественности») ўқув қўлланмасининг муаллифи юқорида қайд отилган йўналишлардан келиб чиқиб РК - марказлар масъул ходимларининг лавозим мажбуриятларини қуйидагича таърифлайди:

- фуқароларни ташкилотлар фаолияти ҳақида (жумладан, ОАВ ёрдамида) тезкорлик билан атрофлича ҳабардор қилиш;

- ОАВ учун ташкилот фаолиятига бағишланган ўзига хос маълумотлар, баёнотлар ва бошқа оммавий ахборотларни тайёрлаш;
- ихтисосликка оид қарорлар ҳамда ташкилот фаолияти бўйича тушунтиришлар ва шарҳларни тайёрлаш ҳамда ОАВда эълон қилиш;
- тахририят топшириғини бажараётган ёки муайян ташкилот фаолиятини ёритаётган журналистлар расман тайин этишни (аккредитациясини) ўтказиш;
- эълон қилиш, теле- ва радиоэфирда бериш учун материаллар йиғиш ва тайёрлаш бўйича топшириқ бажараётган, (вакил сифатида тайин этилган) журналистларга қўмаклашиш;
- ташкилотнинг кундалик муаммолари бўйича ОАВ учун матбуот конференциясини, журналистлар билан удашувларни тайёрлаш;
- ташкилот раҳбарлари ва ходимлари учун матбуотда эълон қилинган ёки радио ва телевидениеда берилган ташкилот фаолияти ҳақидаги материалларнинг таҳлилини ўтказиш;
- эълон қилинган маълумотлар ишончлилигини белгилаш, зарур ҳолларда тушунтириш хати ва раддиялар тайёрлаш.¹

Тижорат тузилмалари хизмат фаолиятининг йўналишлари

Тижорат тузилмалари РК хизмати, одатда, фирма юқори менежменти вакиллари — президент (вице-президенти), бош директор (бош директор ўринбосари) томонидан бошқарилади. РК хизматида бундай фаолият турининг қуйидаги йўналишлари фарқланади:

- таҳлил этиш ва умумлаштириш асосида, жамоатчилик фикрини шакллантириш ёки уни фирма, тендер ўтказувчи ташкилоти фойдасига ўзгартириш бўйича тадбирларни ишлаб чиқиш, шунингдек, биргаликда ишлаш эҳтимоли бўлган ихтисослашган РК агентликларини танлаб маркетинг, ижтимоий, сиёсий ва бошқа муаммоларига оид тадқиқотларга буюртма бериш;

¹ Чумиков А.Н. Связи с общественностью. Ўқув қўяланма, М.: Дело, 2000, 170-171 б.

- жамоатчилик билан уюшма алоқаларни йўлга қўйиш, аҳоли қатламлари орасида фирмалар нуфузини шакллантириш, жамоатчиликда фикр уйғотадиган етакчилар, расмий сиёсатдонлар, даъватчилар (лоббистлар), маданият арбоблари, олимлар билан алоқалар ўрнатиш;
 - ОАВ билан ҳамкорлик, матбуот анжуманлари, пресс-релиз, мақолалар/радиоэшиттирув ва телекўрсатуви тайёрлаш, брошюралар, каталоглар, бюллетенлар тайёрлаш, хомийлик, хайрия ва савоб ишларни амалга ошириш, фирмаларнинг тижорий ва ижтимоий фаолияти ҳисоботларини уюштириш;
 - фирмалар, улар ишлаб чикарган товарлар, кўрсатадиган хизматлари тақдироти, семинарларини, фирмаларга экскурсияларни, муҳим саналарни нишонлаш ва бошқа тантаналарни ташкил қилиш;
 - фирма ички РК лари: фирма кадрлар сиёсатини самаралаштириш, фирма ички мавқеи тизимини бунёд этиши, ходимлар, фахрийлар, нафақахўрлар, турли миллат ва дин вакиллари билан ишлаш бўйича дастурларни қўлаб-қувватлаш, ижтимоий, маданий, спорт-соғломлаштириш борасидаги тадбирларни ишлаб чиқишда иштирок этиш, ишдан ташқари шароитда фирма ходимлари учун мўлжалланган тадбирларни режалаштириши ва амалга ошириши лозим.
- РК соҳасида фаолият кўрсатувчи мутахассислар умумий ижтимоий маданиятга ҳамда зарур касбий малакага ҳам эга бўлишлари керак. Шунинг ҳам таъкидлаш жоизки, бу мутахассисларнинг иши, гарчи ахборот билан боғлиқ бўлса-да, ОАВ ва ахборот агентликлари лавозим жадвалига хос (репортёрлар, журналистлар) ахборотчилик фаолиятидан фарқланади. Улар, хусусан, **пресс-релиз** (кўргазма очилиши, янги махсулот тақдироти ва б. тўғрисидаги янгиликдан иборат хабар), бэкграундер (жорий ахборот, масалан, фирма молиявий натижалари ҳақидаги), **кейс-тарих** (муаммони ҳал этиш тажрибаси, истеъмолчиларнинг гувоҳликлари ҳақида), **далил-варақ** (ҳодиса ёки лавозимдор шахс хусусидаги қисқача тавсиф) шаклидаги ахборот материалларини тузишни удалай олишлари лозим. Бу ҳужжатларнинг барчаси, жумладан, фотосуратлар жамланган ҳолда қўл етар жойда туриши — лозим, бундай мажмуа **медиа-кит** ёки **пресс-кит**¹ деб номланади.

¹ Ворошилов В.В. Журналистика, 197-б.

Хизматнинг ОАВ ларга нисбатан тактика ва стратегияси

Жамоатчилик билан алоқаларни амалга оширувчи кишиларга «Аёллар учун қўлланма: оммавий ахборот воситаларидан фойдаланиш» номли қўлланма¹ билан танишиб чиқиш фойдадан холи бўлмайди. У АҚПГ ҳукумат агентлиги (ЮСИА) томонидан, асосан, янги дунё ҳақида мақбул фикр туғдириш мақсадида, чет эл аудиториясига маълумот тарқатиш учун тузилган. Ундаги маслаҳатлар асосан умумий тарзда, лекин тўғридан-тўғри РК хизматининг муайян бандларига мўлжалланганлари ҳам бор. «Қўлланма»да **ОАВ билан муносабатларни белгилашга оид қоидалар** саволлар шаклида берилган:

- Мақсадингиз қандай?
- Ташкилотингизнинг вазифаси нималардан иборат?
- Жамоатга ўзингиз ва ташкилотингиз ҳақида нима-ларни айтишни истар эдингиз?
- Бошқалар билан биргаликда ишлайсизми ёки ёлғиз ўзингиз?
- Ўз тасарруфингизда қандай воситалар бор?
- Ўзингиз ёки танишларингиз матбуот билан алоқа қиласизларми?

«**Қўлланма**» ОАВлар билан муносабатни режалаштириш асосларини ишлаб чиқар экан, қуйидаги муаммоларни ҳал этишга оид маслаҳатлар беради:

- Ўз шахрингиз, штатингиз ёки мамлакатингиздаги ОАВ ишини баҳолашни одат қилинг;
- Газеталарни ўқинг, телевизор кўринг ва радиони тин-ланг. Ўз тасарруфингиздаги барча ОАВлар ҳақида билиш-га ҳаракат қилинг;
- Мутлақо янгилик нима ҳисобланишини, очерк тар-зидаги² баёндан нима талаб этилишини аниқланг;
- Ўз муаммоларингизга ўхшаш муаммолар ҳақида ёзувчи журналистларни аниқланг, шунингдек, улар бу муаммолар ҳусусида ижобий ёки салбий маънода ёзишларини билиб олинг.

ОАВда кампания нега керак?

- жамоатчилик фикрига таъсир ўтказиш учун;
- жамоатчилик фикрини шакллантирувчи кишиларни ишонтириш учун;
- мунозара бошлаш учун.

Пресс-релиз ўз ичига қандай ахборотларни олиши керак?

Яхши пресс-релиз биринчи қисмдаёқ бешта саволга жавоб бериши лозим: Ким? Нима? Қаерда? Қачон? Нима учун?

- **Ким:** ходисанинг субъектини аниқлаш ва тавсифлаш даркор. «Ким»: инсон, гуруҳ, ходиса ёки тадбир бўлиши мумкин.

- **Нима:** нима содир бўлаяпти, матбуот нима тўғриси-да огоҳ этилиши керак? Мақсад — ўз пресс-релизингиз ўқилиши ва муаммоингизнинг баён этилиши учун ўқувчи-ларнинг фикрини жалб этишдан иборат.

- **Қаерда:** агар бу муайян бир ходиса, масалан, матбу-от конференцияси бўлса, қаерда ўтиши керак? Манзилни аниқ кўрсатинг, шунингдек, кўрсаткичлар билан харита-ни илова этинг. Машиналарни қаерларда қолдириш мум-кинлигини, ўша жойга жамоат транспортида қандай бо-риш мумкинлигини ахборотга қўшимча қилинг. Журнали-стларнинг ишини имкони борида енгиллаштиринг.

- **Қачон:** бу қачон юз беради? Сана, кун, ҳафта ва со-атни аниқ кўрсатиш лозим. Пресс-релиз аниқ маълумотни бериши, ҳеч қандай талқинларга йўл қўймаслиги лозим.

- **Нима учун:** бу нима учун ўта муҳим? Пресс-релиз ало-хида диққат-этиборни жалб этмоғи лозим.

- **Аниқликка эришинг.** Ёдингизда бўлсин, биринчи ибо-ра ёки сарлавҳа шундай тузилиши керакки, ўқувчи пресс-релизни охиригача ўқиб чиққанини ўзи сезмай қолсин.

Қандай ёзма услуб пресс-релиз тайёрлаш учун мақбул ҳисобланади? Гап ва қисмлар лўнда бўлиши керак. Ўқувчи охириги сатрғача қийналмай кўз югуртириб чиқа олсин. Асо-сий гап (асосий фикр)дан бошланг, бошланғич ифодага мароми билан масаланинг муҳимлигини сингдиринг. Бош-қача айтганда, пресс-релиз мумтоз «пирамида» усулида, одатдаги катра янгиликлар тарзида ёзилиши лозим.¹

Пресс-релизлар, одатда, оқ қоғозга, ўзингиз учун хуш ёқадиган хат билан ёзилади. Агар сизда босма андоза (блан-ка) бўлса, ундан фойдаланинг. Бу сизнинг ташкилотин-гизни пресс-релиз манбаи сифатида аниқлашга ёрдам бе-

¹ Ўша жойда, 5-6-б.

ради. Пресс-релиз матни хошиялари 38 дан 40 мм гача ҳажмда бўлиши керак. Бу муҳаррир ёки журналистга пресс-релиз чеккаларига зарур қайдларни ёзиб қўйиш имконини беради.

Ўз манзилингиз қайд этилган босма андоза (бланка)дан фойдаланганингизда, саҳифанинг чап томони юқори бурчагига манзилингизни тўлиқ ёзиб қўйинг.

Нашр санаси: бу маълумот саҳифанинг ўнг томони юқори бурчида, манзил ҳақидаги қайддан анча қуйига қуюқ бўёқли бош ҳарфлар билан ёзилади.

Пресс-релиз юборилаётган шахс номи тарқатиш саҳифасига мувофиқ тўғри ёзилган бўлиши лозим, унинг тагидан шу шахснинг телефон рақамлари (агар бўлса) қайд этилади. Шимолий Америкада кўпчилик компаниялар ва ҳукумат ихтиёрида бўлмаган ташкилотлар ишдан ташқари вақтда боғланиш учун телефон рақамларини ҳам берадилар.

Матн: пресс-релиз матнини варақ юқори четидан учдан бир қисмига тенг жой қолдириб бошлаш керак.

Сарлавҳадан бошланг. У пресс-релиз олдидан манзил тагидан хат боши (абзац) ташламай ёзилиши лозим. Сарлавҳа тўлиғича бош ҳарфлар билан ёзилади. Пресс-релиз матни ҳамиша икки интервалда битилади.

Банд ва қисмлар хат боши (абзац) билан бошланади ва ёзувда стандарт интервалга амал қилинади. Агар пресс-релиз бир саҳифадан кўп бўлса, биринчи саҳифада охири «давоми бор» деб кўрсатилиши лозим.

Пресс-релиз бир-икки саҳифадан ортиқ бўлиши керак эмас. Хабар сўнггида охириги саҳифа ўртасига # # # белгиси ёки — 30 — рақами қўйилади.

Пресс-релиз аниқ хабарни ўз ичига олиши керак ҳамда янгилик каби қизиқиш уйғотиши керак. Агар иложи бўлса, пресс-релизни аниқ бир шахсга юбориш керак. Шуни унутмангки, сиз якка-ю ягона эмассиз, журналистнинг эътиборини бирор мавзуга тортмоқчи бўлган бошқалар ҳам бор. Шунга кўра, уни албатта, қизиқтириш шарт ва сизнинг ахборотингиз газета муҳарририга бориб тегиши керак.

Пресс-релизда масаланинг тарихини, сизга маълумот етказган шахснинг исмини кўрсатиш зарур, шунингдек, у ўзини қизиқтирган саволларни аниқлаштириши учун боғ-

ланиши мумкин бўлган шахс ҳам маълум бўлиши керак. Хуллас, агар сизга қизиқиб қолишларини истасангиз уларнинг машаққатини иложи борица осонлаштиришингиз лозим.

Ахборот стратегиясини амалга оширишнинг турли усул ва воситалари мавжуд. Қуйида уларга қисқа тавсиф берилади.

Газета ўзингиз яшаётган ҳудуднинг катта-кичиклиги, шаҳарга узоқ ёки яқинлигига қараб умуммиллий ёки халқаро даврий нашрлар билан боғланишнинг муайян имконияти ҳам бўлади. Бу газеталар ҳақида зарур маълумотга эга бўлиш, уларда сизни қизиқтираётган мавзуларнинг ёритилиши даражасини диққат билан кузатиб боришни такозо этади. Мабодо, бирор журналист айти шу муаммо билан шуғулланаётгандан хабар топсангиз, пресс-релизни ва бошқа материалларни ўша журналистга юборганингиз маъқул.

Агар сизда телевидение орқали бериш зарур бўлган ахборот бўлса, унда қандай йўл тутиш керак?

Аввало, ахборот бўлимининг муҳаррири билан ёки бошқа масъул шахс билан боғланиш зарур. Эсингизда бўлсин, сизнинг вазифангиз репортёрларга янгиликни «сотиш»дан иборатдир. Агар сизнинг маҳаллий аҳамиятга молик ахборотингиз бутун мамлакат учун қизиқарли бўлса ёки сизда бирорта қизиқ сюжет бўлса, унда телевидениени забт этиш имконингиз анча ошади. Телевидение хусусида сўз кетганда, аввало, шуни ёдда тутишингиз лозимки, телекамералар, репортёрлар воқеа жойга етиб келганларида, асосий эътибор ходисанинг моҳиятига ва тафсилотларига қаратилади.

Муҳаррир, барча пресс-релиз ва маълумотлардан қатъи назар, сиздан, энг аввало, ишнинг моҳияти ҳақидаги жонли тасвирловчи хикояни эшитишни истайдилар; одамларнинг қизиқиши, жамоатчиликнинг муносабати каби жихатларга эътибор берадилар. Шунингдек, бу минтақада ёки мамлакатда илгари берилган айти шу мавзу билан боғлиқ репортажларнинг мавжудлиги ҳам қизиқиш уйғотиши мумкин.

Радио кишиларга бирор масала бўйича ўз шахсий фикрини айтиш имконини берувчи радиоэшиттиришлар тобора кенгрок оммалашмоқда. Шундай эшиттиришларни олиб борувчилар кенг халқ оммасини сиёсий ҳаракатларга

қўзғатишлари мумкин. Агар сиз шундай дастур олиб боровчиси билан таниш бўлсангиз, у билан тўғридан-тўғри боғланишингиз мумкин. Сиз, шунингдек, яна интервью тайёрлашга қандай ахборот ёрдам бериши мумкинлигини аниқлаш учун дастур муаллифларидан маслаҳатлар олишингиз мумкин.

Электрон узатишдан фойдаланишда ташкилотингизнинг имкониятлари қандай? Материалларни электрон узатиш имкониятлари кейинги пайтда анча ўсди ва ахборот шох қўчаси деб ном олган бу имкониятидан фойдаланишга бўлган интилиш ҳам кучайди. Шунга қарамай, компьютер ёки телекоммуникациялардан фойдаланиш борасида ҳам қўпчилик умуман ёки етарли даражада имкониятига эга эмас. Маълумотларнинг электрон жамғармаси, бу — оммавий ахборот воситалари орқали материаллар беришнинг анъанавий усуллари аниқлаштириш дегани эмас. У бу анъанавий усулларнинг қўшимча имконияти сифатида амал қилади.

Электрон узатиш имкониятлари нималарда кўринади? Ўз шароитингиздан келиб чиқиб, Интернет тармоғига уланган ташкилот, шахслар гуруҳи ёки маълумотлар жамғармаси орқали хабар юборишингиз мумкин.

Кўпгина университет ва ташкилотлар, масалан, катта ҳажмдаги ахборотни излаш, топиш, айирбошлаш ва олиш учун Гофер сифатида маълум бўлган тизимдан фойдаланади. Интернетнинг яна бир тизими — ШогИ \y!cle \УeЪ (\У\У) — тасвирий ва ёзув файлларни олиш ва айирбошлашга имкон беради.

Шундай пайт келадики, Интернетдан телефон каби осон фойдаланиш мумкин бўлади, (лекин бу кун ҳали келганича йўқ). Ҳозирча, сиз билан ёнма-ён Гоферни ёки бошқа тур маълумотлар манбаини ўрнатиш учун Интернет билан ишлашни биладиган тажрибали кимдир бўлиши керак.

Сиз бераётган хабар худди BB5 (ахборот тармоғи)га қўйилган талабга мувофиқ имкон борида долзарб бўлмағи лозим. Интернет оламида хабар жудатез "эскириб" қолади. Бу дегани, агар сиз BB8 ёки Интернет учун зарур ахборотга эга бўлсангиз, унда, сиз вақт сарф қилиб Интернетга киритган бу ахборотнинг самарасиз бўлиб қолмаслигига ишонч ҳосил қилишингиз ҳам лозим.

Турли оммавий ахборот воситалари, жумладан матбаа ва электрон восита ўртасидаги ҳамкорликда муайян умумийлик бор.

Хар бир ҳолатда ҳам сиз «ўз тарихингизни сўзлайсиз». Яхши тайёргарлик мавзу бўйича иқтидорли суҳбат олиб боришда муваффақият калити ҳисобланади.

Агар сизда ёзма материаллар бўлса, улар сиз учун яхшигина «бош оғриғи» ҳам бўлади. Чунки журналистлар, муҳаррирлар, профессорлар ва оммавий ахборот воситаларининг бошқа ходимлари билан муносабат ўрнатиш анча мушкул иш ҳисобланади. Улар билан сиз иш жараёнида, албатта, тўқнашасиз. Шубҳасиз, бу ўзаро муносабатлар ўзгариб туради, лекин улар ҳамиша фавқулодда омиллигича қолади.

5-МАВЗУ. ОММАВИЙ АУДИТОРИЯ РЕПОРТЁРДАН НИМА КУТАДИ?

Бу саволнинг жавоби кундай равшан: ахборотдан бошқа нима ҳам бўлиши мумкин? Дарҳақиқат, репортёрнинг бош вазифаси ҳам шундан иборат. Репортёрнинг бутун диққат - эътибори шунга қаратилган, у қўплаб воқеалар, ҳодисалар, амалга оширилган ишлар, кашфиётлар ва топилмалар оламидан айнан юз минглаб, ҳаттоки, миллионлаб одамларни қизиқтирадиган ахборотни топа билиши керак. Бироқ ахборот ҳамма вақт ҳам «мана мен» деб ажралиб турмайди. Гоҳо, кўзга кўринмас ҳолатда содир бўлади, зумда пайдо бўлиб, зумда эскириб қоладиган янгиликлар ҳақида гапирмаса ҳам бўлади. Шунинг учун ҳам уни, агар гап газета ҳақида кетаётган бўлса ўша кунёқ, агар телевидение ва радиоканал орқали узатилса, ўша заҳотиёқ аудиторияга етказиш лозим: кўпчиликнинг эътиборини қозониши учун янгиликни ўз вақтида «кўрмоқ, илғамоқ ва тутиб олмақ» муҳимдир. Бунинг учун махсус билим ва малакадан ташқари фаросат, сезгирлик, халқ ибораси билан айтганда, машқ ёрдамида ривожлантириш мумкин бўлган олтинчи сезгига ҳам эга бўлмоқ зарур.

Оммавий аудитория қандай ахборотни кутади?

Бир қарашда гўё ҳаммаси аниқ равшандек, ҳаққоний ахборотни-да. «Узоқ йиллар давомида муҳбир бўлиб ишлаган Леон Блюм, - гувоҳлик беради француз ёзувчиси, журналист Жан Лакутюр, - шерикларига ўз касбларининг олтин қондасини ахйри тушуниб етганлигини шундай изҳор қилади: «Муайян маълумотни айтиб қўйишнинг ўзи камлик қилади, бу унчалик қийин ҳам эмас, муҳими ҳақиқатни тўлиқ етказиш лозим, бу хийла мураккаброк».¹

Бу фақат юксак орзугина бўлиши мумкин, бироқ мушоҳада қилиб кўрилса-чи? Нима учун? Чунки ҳар бир инсоннинг ўзи ишонган ҳақиқати бор. Ҳақиқатнинг ҳақиқатдан фарқи бор. Шу боисдан аён воқеа ва ҳодисаларнинг аслига мос ҳолда акс этиши маъносиди хабарнинг ҳаққонийлиги ҳақида фикр юритиш мақсадга мувофиқдир. Шу жиҳатдан «Нью-Йорк Таймс» газетасининг қуйидаги

¹ Кэранг. Лакупор Ж. Голос совести. Курьер ЮНЕСКО, 1990, ноябрь, С.14.

шиори диққатга сазовордир: «ҳар қандай ахборот босишга арзийдиган бўлсин». Бунинг маъноси Жан Лакутюрнинг талқинича: «Нафакат сарик матбуот учунгина хос бўлган барча нопок усулларгина эмас, балки энг оддий нарсалар, масалан, ҳали исботланмаган ноҳўя ишлари ва кишининг нафсонияти, шахсиятига тегадиган маълумотларни ошкор қилиш ман этилади демакдир».¹

«Гардиан» (инглиз газетаси)нинг бош редактори Ж.Фенбининг фикрича, «аудиторияни доимо аллақандай фавқулудда, ғайритабиий хабарлар ўзига тортади. Бизга ёқадими йўқми, муваффақиятли тутаган барча қатнов-сафарлардан кўра ягона авиация ҳалокати одамларни кўпроқ қизиқтиради. Репортёрлар бу қизиқишни қондиришга ҳаракат қиладилар. Албатта, бошқа вазифаларни ҳам бажарадилар: ҳодисаларни изоҳлаб, шарҳлайдилар, маданият масалаларини англаб етишга кўмаклашадилар, бадий асарларни тарғибот қиладилар, ҳатто, одамларнинг кўнглини чоғ қиладилар. Бироқ уларнинг бош вазифаси қандайдир аудиторияни ҳаяжонга солувчи янги, муҳим, хабардан воқиф бўлиб, уни одамларга етказишдир».

Хабар юз берган воқеани қанчалик аниқ акс эттирмасин, у нечоғлик янги, узатишга қанчалик лойиқ бўлмасин, у барибир, муштарийлар, тингловчилар ва томошабинларнинг турфа хил эҳтиёжларини тўла қондира олмайди. Бу эҳтиёжларни қондириш учун репортёр аудитория қизиқишлари ва эҳтиёжлари, ижтимоий-психологик ўзига ҳослигидан келиб чиқиб қараб иш тутмоғи зарур. Эҳтиёж ҳаёт ва таракқиётнинг муайян шароитида инсон ҳис қилиб турадиган заруратдир.

Қизиқиш шахснинг ҳаётий — ижтимоий мақоми ва ҳиссий завқланиши асосида туғилдиган, бироқ шахснинг ўзига бевосита боғлиқ бўлмаган нарсаларга ҳусусидаги ихтиёрий муносабатдир.²

Журналистлар ўз реципиентларининг ҳақиқий манфаатлари — уларнинг қайфияти, интилишлари, фикр-ўиларини билишадими?

Бахтга қарши, ҳамма вақт ҳам билишавермайди. Гарчи бунинг учун етарли имкониятлар бўлса-да, аудиториянинг

¹ Ўша жойда 15-бет.

² Общая психология. В.В.Богословский, Г.Ковалев, А.А.Степановлар таҳр. М. 1981,85-6.

қизиқиши ва манфаатларини ўрганишнинг маълум усуллари, воситалари мавжуд. Булар редакцияга келган хат-хабарлар, ижтимоий хизмат сўровлари, жамоатчилик фикрини ўрганиш марказларидир. Журналистларга муштарийлар, тингловчилар ва томошабинлар билан учрашувлар, улар билан биргаликдаги фаол суҳбатлар, таҳририятлардаги дархол боғланса бўладиган телефонлар, машҳур дастур ва каналлар рейтинги, аудиторияни тоифалашнинг турли усуллари ҳамда уларнинг туркумлаш (типологик) таснифи бой материал бериши мумкин. Лекин бу имкониятлардан кўпинча фойдаланилмайди. Кўпчилик репортёрлар, айниқса, аллақандай мавҳум аудиторияни, нари борса ўртача - «намунавий» реципиентни назардатутиб ишлайдилар. Амалда мавҳум ва бир қиёфали сиёсатчи, ишбилармон, олим, фермер, бўлмаганидек, ўртача ҳолатдаги бир хил ўқувчилар, тингловчилар, томошабинлар ҳам бўлмайди. Шунинг учун ҳам ҳарқанча қийин ва фойдасиз туюлса-да, репортёр ўз ишини ўртача умумий ва ягона манфаатлар учун эмас, балки ахборотнинг аниқ истеъмолчиларини ҳисобга олган ҳолдаташқил этмоғи лозим. Нега деганда, қанча одам бўлса, талаблар ҳам шунча бўлади. Қанча ижтимоий гуруҳлар бўлса, шунча истак, қанча қатлам бўлса, шунча эҳтиёж, қанча элат бўлса, шунча орзу-умид, шунча интилишнинг бўлиши табиий бир ҳол.

Ҳамма учун бирдай қизиқарли, ҳар томонлама универсал ахборот бўладими?

Дейл Карнегининг таъкидлашича, ҳар бир ақли расо, балоғат ёшига етган инсон:

- 1) соғлом, ҳаёти дахлсиз бўлишини;
- 2) овқат;
- 3) уйку;
- 4) пул ва пулга сотиб олиш мумкин бўлган буюмларни;
- 5) нариги дунёда ҳаёт бўлишини;
- 6) шахвоний қониқишни;
- 7) фарзандларининг бахтли-саодатли бўлишини;
- 8) ўзининг эътибор қозонишини истайди.

Бу истак-хоҳишларнинг биттасидан ташқари деярли барчаси қондирилади: овқат талаб қилиш, уклаш сингари кучли, инсонга тинчлик бермайдиган ягона, истак камдан-

кам рўёбга чиқади. Бу Фрейд айтганидек, «буюк бўлиш ис-тагидир».

Демак, юқорида санаб ўтилган истакларга у ёки бу даражада таъсир этадиган ҳар қандай ахборот ҳар жиҳатдан умумий (универсал)дир.

Америкалик репортёрлар тажрибаси натижаларига кўра расмий шахслар ва машҳур кишиларнинг ёки ҳукуматнинг ғайриоддий (масалан, жиноят) фаолияти кишиларни ўсал қилишга ёки тўлқинлантиришга қодир, фош этилган ҳодисалар, янги ижтимоий йўналишлар ҳам ҳаммани қизиқти-ради.

Мисол учун саломатлик ва ҳаётни сақдаш истагини олиб кўрайлик. У ихтисослашган нашрлар («Здоровье», «Спид-инфо»)дан тортиб, «Саломатликни қандай сақлаш мумкин», «Саломат бўлинг», «Диетолог маслаҳатлари», «Эҳтиёт бўлинг, грипп!», «Гўзаллик ва узок умр сирлари» рукни остида ижтимоий-сиёсий материаллар матбуотнинг бошқа оммавий органларида фуқароларнинг ижтимоий ҳимояси ҳақида ҳикоя қилувчи материалларда ўзгача маъно ва мазмун касб этади. Саломатликни ва ҳаётни муҳофаза қилиш мавзуси, айниқса, фавқулодда ҳолатлар ҳақидаги хабарларда аудиторияга кучли таъсир қилади. Қандай воқеа ва ҳодисаларни фавқулодда (экстремал) деб аташ мумкин?

Украин олими В.В. Бутрим инсон фаолияти учун атроф-муҳит учун ўта хавфли, жамиятда акс-садо берадиган фожеали ҳодисалар «фавқулодда» ҳисобланади, деб белгилайди. У фавқулодда вазиятларнинг қуйидаги таснифини беради:

1. Илмий-техник таракқиёт соҳаси билан боғлиқ ҳалокатлар, корхоналар, темир йўллар, газ қувурлари, аэро ва автотрассалар, кемачиликдаги авариялар (Чернобил АЭСидаги фожеа, Литвадаги «Азот» бирлашмаси ва Бошқирдгаз магистраладаги портлашлар, «Адмирал Нахимов» тепло-ходи, «Аврора» поезда, «Курск», «Комсомолец» атом су-вости кемалари, йўловчи ташувчи ёки ҳарбий-транспорт самолетларининг ҳалокатга учраши ва бошқа кўплаб ҳоди-салар); форс-мажор, яъни бартараф этиб бўлмас кучлар таъсири билан боғлиқ шароитлар ёки ходимларнинг атай-лаб қилмайдиган беихтиёр хатти-ҳаракатлари (бошқарил-майдиган учувчисиз МИГ-23);

2. Табиатнинг табиий аномал (гайриоддий) ходисалари. Ер кимирлашлари (Арманистон, Тожикистон, Туркия, Мексикадаги), ўрмон ёнғинлари (Америка, Канада, Россияда), довул, тайфун, цунамилар (хар йили Япония оролларидаги), сув тошқинлари, кўчкилар (Марказий Осиёда), уфологик ходисалар (НУО, Бермуд учбурчаги, телепатия, биоэнергетика мўъжизалари ва бошқалар);

3. Экологик фожеалар ҳамда радиоактив ва кимёвий ифлосланишлар эпидемияси, ўсимлик ва ҳайвонот дунёсининг биотехник ўзгаришлари (Орол фожиаси, Аризона, Нью-Мехико, Калифорния, Колорадо, Небраскада еросоти сувларининг хатарли силжиши); кислота ёмғирлари натижасида АҚШ, Волга, Ладога, Байкал атрофидаги улкан майдондаги ўрмонларининг зарарланиши; СПИД касаллигининг Элиста (Россия), Африка ва Америка қитъаларида тарқалиши, АҚШда куйдирги касаллиги, Россия ва Грузияда ич терлаши касаллигининг ёйилиши, кимёвий моддалар қўшилган овқатдан: диоксинли парранда гўшти, эмульгаторли кандолатчилик маҳсулотларидан оммавий захарланишлар ва бошқалар;

4. Жамиятга қарши фавқулодда ҳолатлар — қуролли тўқнашувлар (Чеченистон, Югославияда), этник можаролар (Арманистон ва Озарбайжонда), одамларни гаровга олиш (Исроил шаҳарларида, Курдистонда), уюшган жиноятчилик, ва ҳ.к.

Бизнингча, мазкур таснифни яна бир банд — диний экстремизм ва фундаментализм, буюк давлатчилик шовинизми ва агрессив миллатчилик, порахўрлик ва сиёсий даъволар билан қоришиб кетган (11 сентябрда Нью-Йоркдаги портлашлар, босқинчи тўдалар ва жангариларнинг Қирғизистон, Доғистон, Чеченистон, Афғонистон, Покистон, Косово, Грузиядаги хуружлари) халқаро террорчилик билан боғлиқ фавқулодда воқеалар билан тўлдириш керак.

Умумий (универсал) ахборотга **миш-мишлар, ёлгон-яшиқ овозаларни** ҳам қўшиш керак. Улар яшин тезлигида тарқалиб, тобора кўпроқ одамларни ўз таъсир доирасига камраб олади. Улар доимо одамларда қизиқиш уйғотади. Очиғини айтганда, улар одамларнинг табиий қизиқишларига монанд бўлади. Шунинг учун ҳам репортёрлар уларни назардан қочирмасликлари, уларга бепарво бўлмасликлари лозим. Негаки, улар худди қибланамо (компас) сингари ОАВла-

рининг кейинги чиқишлари мавзусини тайин этиб туради. «ТВ-Центр» (Россия) телеканалида миш-мишни текшириш рукнидаги «Бешта савол-жавоблар» кўрсатуви томошабинларнинг катта аудиториясини тўплайди. Кўрсатув тамомила миш-мишлар ва ёлгон-яшиқларга асосланган ва давр рухига мосдир. «Миш-мишлар ва чин ҳақиқат», «Миш-мишлар ва шубҳадан» холи каби рукндаги бошқа матбуот материаллари ҳам худди шундай қизиқиш билан ўқилади. Бироқ репортёр ишни яхши билиши керак: миш-мишларни масъулиятсизлик билан «дўмбира қилиш»га, уларни аниқ маълумотлар сифатида тақсим этишга йўл қўйиб бўлмайди. Акс ҳолда ОАВ канали, шунингдек, репортёрнинг обрўси тўқилиши муқаррардир.

Мукаммал ахборот, Д.Карнеги айтганидек, биргина катта ёшдаги инсоннинг ҳис-туйғулари ва онгигагина эмас, балки, В.Песковнинг образли таъбири бўйича улкан кемадаги бутун инсониятга таъсир этмасдан қолмайди.

Мукаммал ахборотнинг сири нимада?

Д.Карнеги тузган инсон истаклари рўйхатида Шарқ алломалари ҳамда И.М.Сеченов (1829-1905) ва Н.П.Павлов (1849-1936) сингари олимларнинг икки сигнал тизими ҳақидаги таълимоти ўз мужассамини топган. Бу таълимотга кўра Ер юзасидаги барча жонзод бирлиги сигнал тизими-га, яъни табиий туйғуга (инстинктга) эга. Фақат инсонгина ҳайвонлардан фарқли иккинчи сигнал тизими-га ҳам эга, яъни онглидир. Биринчи тизим ўзгармас, мустаҳкам, иккинчиси ўзгаришларга мойил. Репортёрлар (Карнеги ҳам) бу таълимотдан беҳабар бўлсаларда ўз фаолиятларида унга беихтиёр амал қилиб келадилар. Бироқ шундай журналистлар тоифаси ҳам борки, ўзлари хизмат қиладиган ОАВларда ўрнатилган кўрсатмаларга қараб ё биринчи, ё иккинчи сезгилар тизими-га зўр берадилар. Барча «сарик» ёки «тутуриксиз» матбуот репортёрлари фақат ҳис-туйғу (инстинкт)-ларга суянадилар. Уларнинг миллатчилик йўналишдаги матбуот органларидаги ҳамкасблари, бир сўз билан айтганда, тоталитар оқимдаги журналистлар иккинчи тизимга — инсон онгига таъсир этишга уринадилар. Агар биринчи гуруҳга мансублари пасткаш ҳис-туйғуларни жунбушга келтириб иш тутсалар, иккинчи гуруҳга мансублари эса, асосан

онгни чеклаш, найранг (манипуляция) ишлатиб «мияни ювиш», катағон мафкура билан реципиент иродасини букиш билан машғул бўладилар.

Бизнингча, энг макбул репортёр у томонга ҳам, бу томонга ҳам ён босмасдан ақл-фаросат билан эзгулик йўлида иш юритади ва ижодий юксакликка эришади. Уткинчи туйғуларга зўр бериш, албатта, яхши даромад келтиради, ақлий меҳнатни талаб ҳам қилмайди. Бозор қонунларига ҳам жавоб беради. Ғарбда шундай журналист махсулотига айна шундай бир томонлама чекланган муносабат шаклланган. (Уни «тутуриксиз» деб аташлари бежиз эмас.) Улар қаторида одамлар онгини маълум қолипда сақлаб туришга, жумладан, маълум тизимга хизмат қилувчи репортёрлар ҳам мавжуд. Исканжадан озод бўлган онг эса эркин фикрлаш ва ҳаракат қилиш асосида журналистларни очик жамиятлар эҳтиёжлари, жумладан, ўтиш даврини бошидан кечираётган мамлакатларда, хусусан, Ўзбекистон тажрибасида кузатаётганимиздек, оммавий аудиториянинг талаблари ва манфаатларини, хурфикрлилик тамойилларини аниқлашга йўналтиради.

Ақл-фаросату хис-туйғулар нисбатини ҳисобга олиш инсоннинг ирсиятида кодланган табиий борлигини ҳисобга олишдир. Демак, табиийликка асосланган ҳар қандай ахборот мутаносибдир, мукамалдир. Ю.Сенкевичнинг «Саёҳатчилар клуби», С.П.Капицанинг «Очевидное-невероятное», Ю.Дроздовнинг «Хайвонот дунёсида», «Қусто командасининг сув ости Одиссеяси», Криловнинг «Йўлда ёзилмаган қайдлар» телевизион кўрсатувлари ҳам мукамал ахборотга эга.¹

«Хайвонот оламида» ёки «Саёҳатчилар клуби» сингари кўрсатувлар, — дейди Россия илмий-оммабоп ва маърифий телевидение Ассоциациясининг бадий раҳбари Л.Николаев, — узоқ йиллар яшаши муқаррар. Кўрсатув бошловчилари, эфирдаги вақт ўзгариши мумкин, аммо томошабинларнинг уларга қизиқиши қафолатланган. Деярли барча мамлакатларда шунга ўхшаш дастурлар мавжуд.²

Уларнинг муваффақияти инсон табиати билан уйғунлашиб кетган ахборотнинг қўнғилочар-маърифий фазилати туйфайли қафолатланган.

¹ Мазкур муаллифларнинг фаолиятига журналист меҳнати нуктаи назардан қаралди.

² ИауБоу, 1997, сентябрь, 85-бет.

Мукамал ахборот турига давлат тўнтаришлари ва уларнинг оқибатлари, сиёсатчилар ва жамоат арбобларига суикасдларни (И.А.Каримов, Рим папаси, Э.Шеварднадзега суикасд), жаҳондаги йирик давлатларда сайлов кампаниялари, ҳукуматларнинг ўзгариши, сиёсий йўлнинг кескин ўзгариши, дунёга таникли шахсларнинг ҳаёти ва ўлими (Гандилар оиласи, Кеннеди, малика Диана, Ф.Миттеран, Она — Тереза, Р.Горбачева, Улоф Пальме), Нобель ва бошқа нуфузли халқаро мукофотларнинг лауреатлари ҳаёти ва ижоди ёки ёқимсиз қимсалар (С.Хусейн, А.Пиночет, Баркашов, Ш.Басаев, У.Бен Ладен) ҳақидаги хабарларни ҳам киритиш мумкин.

Аудиториянинг қизиқишларини қандай белгиларга қараб аниқлаш мумкин?

Д.Карнеги келтирган маълумотлар асосида ҳар бир журналист кекса ёшдагилар, болалар, ўсмирлар, балоғат ёшига етганлар, диндор, эркак ва аёллар учун қизиқишлар рўйхатини тузиб, ижодий ишида ундан фойдаланиши мумкин. Шу билан бирга мазкур рўйхатни умуминсоний қадриятлар билан боғлиқ ўз кузатишларидан келиб чиқиб, аудиториянинг миллий, ирқий, диний ва ҳудудий ўзига хослигига мослаштирмоғи ҳам мумкин. Психологик тадқиқотлар натижалари асосида ишлаб чиқилган бундай қўлланма репортёрнинг аудитория билан муносабатларини уйғунлаштиришга ёрдам беради.

Шу нарса ҳам аниқки, турли ёшдаги, жинсдаги, диний эътиқоддаги одамлар гуруҳи айнан бир хил ахборотга турлича муносабатда бўлади.

Айтайлик, АҚШ америкача реклама ноҳушликка сабаб бўлмайди. Аксинча, у ерда зарбдор кучга эга ва нишонга аниқуради. Уни ўйлаб кўрмасдан мусулмон дунёси шароитига масалан, Марказий Осиё ҳудудига қўчириб ўтилса, у ўзини оқлай олмайди. Шарқона тамаддун аҳли ўз қадриятлари, гўзаллик ҳақидаги ўз тушунчаларига, фалсафаларига эга. Энди шундай аудиторияда Америка ё Россия телеканалларида кузатилганидек «Тампакс» ва «О-би» тампонлари рекламаси Ўзбекистонлик томошабинларга берилаётганини тасаввур қилиб кўринг. Биринчи таассурот: уят, шармандалик! Бундан аҳолининг маданий жиҳатдан қолокли-

ги ҳақида афсусланиб, хоҳлаганча фикр-мулоҳаза юритиш мумкин. Гарчи маҳаллий, диний менталитетни инкор этувчи репортёрларгина шундай дейишлари мумкин бўлса ҳам, одатда булар миллатчилик, шовинизм, космополитизм иллатларидан қутилмаган инсонлар (бахтга қарши бундайлар ҳам бор) ёки тажрибасиз ҳаваскорлар ёхуд ҳали пат чиқармаган мутахассис ёки маҳорат етишмайдиган бошловчи журналистлардир. Бироқ ҳар қандай ҳолатда уларни маъқуллаш нафақат журналистнинг касбий одоби, балки, умуман, инсон ҳуқуқларини ҳурмат қилиш нуқтаи назаридан бемаъниликдир.

Аудиториянинг ўзига хос хусусиятларини, нозик жиҳатларини ўрганиш зарурлигини РЖТ каналининг бош продюсери Константин Эрнст ҳам «Плейбой» Россия журнаliga берган интервьюсида таъкидлайди: «Биринчи канал ёши нуқтаи назаридан ҳам, билими жиҳатидан ҳам кенг аудиторияни қамраб олган. Шу сабабли бизда баъзи тақиқлар мавжуд. НТВ бир мунча билимдон, толерантрок, сабр-тоқатли шаҳар аҳолисини назарда тутиб ишлайди, у орқали тунда «Плейбой-шоу» ва шахватпарастлик фильмларини намойиш қилиш мумкин (гарчи Тинто Брасснинг «Барча қизлар шундай қилишади» фильмини, менимча, очиқ канал орқали, ҳатто, НТВда ҳам кўрсатиш мумкин эмас). РЖТ Марказий Осиё минтақа секс маданияти ҳақида кўрсатув узатиб миллий анъаналарни таҳқирлаши мумкин. Биз баъзан ғарб компанияларидан ортиқча шахвоний эпизодларни қисқартиришга руҳсат сўраймиз. Шахват, ҳатто, бадиий фильм ечимининг бир қисми бўлган ҳолатда ҳам «Вакт» дастуридан кейиноқ уни кўрсатишга журъат этмаймиз».¹

Ғарб ОАВларидан телевидение маҳсулотини қисқартишни сўраш нафақат Марказий Осиё, балки Россиянинг этник-диний-ахлоқий руҳда тарбияланган, шахватпарастлик ва беҳаёликнинг очикдан-очиқ кўрсатилишини қабул қила олмайдиган аудиториянинг жиғига тегмаслик учун қилинган адолатли ишдир.

Россиянинг ТВ-6 канали билан содир бўлганидек, аудиториянинг диний-этниқ асосларини журналистлар томонидан менсимаслик ахборот эркинлигига зарар етказди. Шу боис Ҳиндистон ҳукумати 1999 йилнинг октябрида

¹ Playboy, 1997, сентябрь, . 77-78-бетлар.

унинг дастурларини¹ «беҳаёлик» деб баҳолаб кўрсатишни тақиқлаб қўйди.

Репортёрлар ОАВ канали русумига мувофиқ ёши ва жинсига кўра фаркланувчи аудитория турли мавзуларга қизиқшини ёддан чиқармасликлари лозим. Масалан, Америка тадқиқотчилари Д.Вивера ҳамда Ж.Мауроларнинг фикрича, эркак-ўқувчилар ўртасида ҳукумат янгиликлари, ҳарбий мавзудаги ҳикоялар ва тарихий воқеалар, ижтимоий мавзу (олимлар, истеъмол муаммолари, экология, иқтисодиёт, меҳнат муаммоларини шунга киритганлар), чет эл хабарлари ва фантастика қизиқарлироқдир.

Бизнес бўлими уларда у қадар қизиқиш уйғотмас экан. Эркакларга мўлжалланган «Пан» журналининг редактор ўринбосари Б.Сидорчукнинг фикрича, поляк эркаклари ни сиёсат, спорт, автомобиллар, оилавий ҳаёт ва бошқалар қизиқтирар экан.² Бинобарин, бир хил жинсдаги гуруҳларнинг қизиқишлари мамлакатга, унинг ижтимоий-сиёсий давлат тузumi ва бошқа ҳудудий омилларга қараб ўзгариб турар экан.

Ёшларни эса кўпроқ севги-муҳаббат, дўстлик, мусика, рақслар, адабиёт, санъат янгиликлари, саёҳат, спорт ҳақидаги материаллар ўзига тортар экан.

30-45 ёшдаги одамларни асосан ўз касблари ҳақидаги маълумотлар, моддий фаровонлик, маҳаллий ҳаётнинг ҳалқаро ва ички аҳволи қизиқтиради.

Аудиториядаги аёллар талаб эҳтиёжлари ҳам ўзига хосдир. Уларни ўй-рўзгор ишлари, мода, пазандачилик, машхур кишилар ҳаётидаги можаролар, пардоз — андоз, оилавий ҳаёт, муҳаббат, пул, ҳаётини саёҳатлар ва саргузаштлар ҳақидаги материаллар қизиқтиради.

Буларнинг ҳаммаси аудиториянинг ижтимоий-демографик белгиларига тааллуқлидир.

Репортёрлар булардан ташқари реципиентларни касбий қизиқишлари жиҳатидан ҳам тоифаланишини билишлари шарт. Бунда журналист ахбороти, унинг мавзуси ва сифати-га ўзгача талаблар қўйилади. Масалан, фан, маданият, санъат, соғлиқни сақлаш арбоблари ахборотнинг янгилигини кадрлайдилар. Уларни жамиятга зид ҳодисаларни бартараф

¹ Каранг. Вечерний Ташкент. 1999, 25 октябрь.

² Смирнова М.Г. Социологические исследования печати, радио и телевидения в развитых капиталистических странах. М., 1984, 52-бет

этиш муаммолари, мамлакатда, шунингдек, чет элларда ақлий меҳнат соҳасида эришилган муваффақиятлар, ақлий меҳнат намоёндаларининг бозор шароитида аён ижтимоий ҳимоя қилиниши, маош, умумжаҳон тарихи, иқтисодий тараққиёт, диний, ахлоқий материаллар тўлқинлантиради.

Материал тайёрлашда журналистнинг аудитория маълумоти цензини ҳисобга олмоғи фойдадан холи бўлмайди. Маълумот цензи баланд бўлгани сари аудиториянинг қизиқиш доираси шунча кенг бўлади; хурофот ва бидъатлар ҳам кам бўлади. Билим даражаси қанча баланд бўлса, репортёр меҳнатига талаб шунча юқори бўлади, демак, муаллиф муҳокама этаётган муаммо бўйича турли қарашлар янада чуқурроқ ва асослироқ, бўлмоғи лозим. Аксинча, шахс ёки гуруҳ ижтимоий савияси қанчалик паст бўлса, унинг қизиқишлари шунчалик чекланган бўлади, журналистдан бундай реципиентнинг мамлакат ички ва ташқи сиёсатига қизиқшини ривожлантиришга кўпроқ эътибор бериш талаб этилади. Мазкур омилни ҳисобга олиш Ўзбекистон ва бошқа мустақил тараққиёт йўлидан бораётган МДХ ёш давлатлари шароитида алоҳида аҳамият касб этади. Чунончи, 1997 йилнинг августида Ўзбекистонда кадрлар тайёрлаш Миллий дастури қабул қилинди. Шу муносабат билан мамлакат Президенти И.А.Каримов таъкидлаб айтган эди: «Факатгина чинакам маърифатли одам инсон кадрини, миллат кадриятларини, бир сўз билан айтганда, ўзлигини англаш, эркин ва озод жамиятда яшаш, мустақил давлатимизнинг жаҳон ҳамжамиятида ўзига муносиб, обрўли ўрин эгаллаши учун фидойилик билан курашиши мумкин».¹ Ўзбекистон раҳбари билимдон кишини тавсифлар экан журналистлар назарда тутишлари лозим бўлган, ижодий жараёни ҳам аниқдаб беради.

ОАВ ижодий ходимлари учун ўз истеъмоличисига айланиши мумкин бўлган, аудиторияни яхши билиш, унинг ҳақиқий қизиқишлари ҳақида маълумотларга эга бўлиш жуда муҳимдир.

Эҳтимолий (потенциал) аудитория шаҳар, вилоят, штат, кантон микёсида у ёки бу ОАВ каналининг тингловчиси, томошабини, ўқувчиси бўла олиши мумкин бўлган барча кишиларни ўз ичига олади.

¹ Каримов И.А. Баркамол авлод Ўзбекистон тараққиётининг пойдевори-Т., 1997, 5-бет.

Мавжуд аудитория у ёки бу нашр, телевидение ва дас-турларини бевосита ўқийдиган ва тинглайдиган одамлар-дир.

Чекланган аудитория — МДУ таниқли тадқиқотчиси Е.П. Прохоров таърифлаганидек, ахборот бевосита мўлжалланган аудиториянинг алоҳида бир қисмидир.¹

Реципиентларнинг турли қатламларини камраш даражасини аниқлаш, шунингдек, камраб олинмаган эҳтимолий ва мавжуд аудиторияни таққослаш аҳолининг, умуман, ОАВ, хусусан, журналист эса фаолиятига муносабати тадрижотини аниқлаш учун зарардир. Савол тутилиши табиий: биргина репортёрнинг ботиний-эҳтимолий реципиентларнинг тобора кўпроқ қисмини зоҳирий (мавжуд) реципиентларга айлантириш жараёнидаги иштироки шу қадар каттами? Ахир тахририят жамоаларида учтадан ўнtagача, ҳатто, юзлаб журналистлар ишлайди-ку. Масаланинг бундай қўйилишида муболага йўқмикан? Бизнингча, йўқ. Т.Тэсс, ААграновский, М.Стура, Ю.Феофанов, В.Песков, Я.Голованов, И.Руденко, В.Познер, В.Молчанов, В.Листьев, С.Сорокина, Е.Киселев, С.Доренко, А.Невзоров, А.Рубинов, Ю.Шчекокихин (Россия), Д.Сойер, П.Деннинг, Ф.Донахью, Б.Уолтерс, О.Уинфри, Л.Кинг, Эдвард (Тедд) Коппел, Д.Кронкайт (АҚШ), Г.Вальрафф, Г.Майн, А.Хайман (ГФР), Мессажери, ФР. Буиг (Франция), Х.Диас, Д.Ибаррури, В.Урибе (Испания), Аньелли, С.Берлускони, К.Тацци (Италия), Ж.Фенби (Буюк Британия) ва бошқаларнинг ижодий фаолияти бунга ёрқин мисолдир. Нима сабабдан улар журналистларнинг ҳамма тан олган, юлдузлари бўлиб етишдилар? Улар, шубҳасиз, ҳақиқий истеъдод соҳиблари. Уларнинг истеъдодлари миллионлаб одамларни ташвишга солган нарсаларга, уларнинг эҳтиёжлари, қизиқишларига йўналтирилган эди. Ғарбда бундай мутахассислар ҳақида «телевидение — телевидение, радиони — радио, газетани — газета, журнални — журнал килувчилар - шулар» дейишади.

Журналистика амалиётида реципиентларнинг қизиқишларини аниқлашнинг турли шакллари мавжуд.

Масалан, турли нашрларга обуна даврида, диний маросимлар, янги йил арафасида газета ва журналлар, телерадиокомпаниялар реципиентларнинг талаб ва эҳтиёжларини

¹ Каранг, Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. М., 1980, 193-бет.

аниклаш мақсадида «Қизиб турган сим», «Бевосита уланиш» кабилидаги сўровлари ўтказадилар: «Вечерний Ташкент» газетасида ҳам бу оддий тусга айланган. Газета ўзининг 1999 йил 22 октябрдаги сонидида «Қизиб турган сим» орқали унда босилган материалларда қизиқарли руқнлар, махсус саҳифалар қанчалик долзарб эканлигини аниклашга ҳаракат қилган, муштарийлар газетига қўпгина қизиқарли ва ҳозиржавоб мавзулар, руқнларни айтишган. Янги «Бозор ва истеъмолчи», «Юридик маслаҳат» сингари саҳифаларини, «Саломатлик. Уни қандай асраш керак?», «Боғда, полизда ва уйда», «Вечерка» «Оила даврасида» руқнларини киритиш фақат ижтимоий, жой ва транспорт ҳўжалиги каби муаммолар ҳақидагина эмас, балки сиёсий аҳвол таҳлили, Ўзбекистонда амалга оширилаётган иктисодий ислохотларга доир материаллар бериш бориш учун ҳам туртки бўлган. Газета «Қизиб турган сим»даги навбатдаги суҳбат барча турдаги йўловчи транспортининг аҳолига хизмат кўрсатиши, поездлар, самолётларда, шаҳар чегарасидаги барча транспорт воситаларида хизмат кўрсатишнинг қулайликлари ва камчиликларига бағишланиши ҳақида хабар босиб чиқарган. Телефон рақами ва у орқали уланиш вақти ҳам кўрсатилган.

Агар нуфузли киши ҳаётини муаммолар ҳақида ўз фикр-мулоҳазаларини билдириб, муштарийлар билан суҳбат қурса, янада яхши бўларди.

Журналист сўзи реципиентнинг қалбида акс-садо бериши учун унинг мақсадларини ва ахборотдан нималарни кутаётганини жиддий ўрганиш лозим.

Аудитория ва репортёрнинг кутганлари доимо мос келадими?

Маълум бўлишича, репортёрлар етказётган хабарни муштарийлар, тингловчилар ва томошабинлар ҳамиша ҳам қабул қилавермас эканлар. Назарийётчиларнинг фикрича, қўпгина диндорлар динга қарши мазмундаги материалларни, алкоғоликлар эса ўзлари ҳақидаги хабарларни ўқишни ёқтиришмас, хорижий тадқиқотчиларнинг маълумотларига қўра чекувчилар тамакиннинг зарари ҳақидаги материал билан қизиқиб танишар эканлар-у, навбатдаги сигаретани бурқситиб тортар эканлар.¹ Журналистнинг кутган-

лари билан реципиент кутганлари (истаклари) ҳар доим ҳам мос келмавермайди. Репортёр билан реципиент кутиш (майл)-ларининг мос келмаслиги истифода аҳли (аудитория)нинг фаоллиги, баъзан эса унинг мақсад ва қизиқишларини олдиндан чамалашнинг мумкин эмаслиги туфайли содир бўлади. Зеро Америка киоскаларида номиданок моҳияти маълум бўлибтурган «Арвоҳлар, иссиқ-совуқ ва нариги дунё», «Илми нужум» журналларининг тезда сотилиб кетишини қандай изоҳлаш мумкин? Англия, Франция, ГФРда ҳам тахминан шундай ҳолни кузатиш мумкин.

«Бернард Шоу бир пайтлар, — деб ёзади «Арвоҳлар психология кўзгусида» китобининг муаллифи руҳшунос В.И. Лебедев, — унинг ватандошлари мустамлакалардан воз кечса кечадик, шарпаю арвоҳлардан асло воз кечмаслигини айтган эди. Ёзувчининг ҳазили чин бўлиб чиқди. Англиянинг мустамлакалари қўлдан кетди, арвоҳлар эса ... қолди. Расмий статистик маълумотларига қўра инглизларнинг учдан бир қисми ҳамон инс-жинслар-у арвоҳларга ишонади. Фақат Лондоннинг ўзида 12 минг арвоҳлар клуби фаолият кўрсатади. Унинг аъзолари, табиийки, жонли одамлардир. Англиянинг жодутарлар, алвастилар, соҳибқароматлар, спиритлар, сеҳргарлар, арвоҳларни авровчилар, раммол ва бошқа мистик фанлар вакилларининг умумжаҳон симпозиумлари, семинарлари, форумлари ўтказиладиган «макка»га айланиб қолгани бежиз эмас. Бунинг устига устак, улар «тажриба алмашиш учун супурги ё ўғирларга миниб эмас, балки замонавий ҳаво кемаларида учиб келишади».¹ Бу ҳол юксак ахборот технологияси асрида, маданияти ривожланган мамлакатларда содир бўлиб турибди.

Булар кимга мўлжалланган?

Мазкур саволга жавоб бериш учун энг машҳур «Огонек» журналининг Горбачёв давридаги бош муҳаррири В.Коротичнинг кузатишларини келтириш ўринлидир: «Менинг ғарб газеталари «летучка»ларида бўлишимга тўғри келган. «Летучка»ни бошқараётган кишига бериладиган биринчи саволлар (мен, жумладан, Америка матбуотини назарда

¹ Каранг. Менделеев А.Г. Что за газетный словом. М., 1979, 133.

¹ Каранг. Лебедев В.И. Души в зеркале психологии. М., 1987, 5-бет.

тутаяпман): ким учун, қайси..., қандай ..., билими қай даражадаги одамларга мўлжалланган? Бу материал кимнинг фойдаси учун ишлайди? Материални тақдим этаётган киши бу саволларга жавоб беради, муҳими, жавоблар ниҳоятда аниқ бўлиши лозим.¹

Бозор муносабатларига ўтган жамиятларда журналистлар нишонни аниқ олишга ҳаракат қиладилар, «ўз ходимлари ва муаллифларидан: Бу кимларга мўлжалланган?», деб албатта сўрайдилар. Алоҳида бўлса-да, биз ҳам ўзимизга шундай савол берамиз. Бу саволни ўзимизга бот-бот бериб турсак фойдадан ҳоли бўлмайди».²

Л.Коротич даврида «Огонек» репортёрлари ўзларига шундай саволлар бера бошлашлари туфайли 1986 йилда 300 мингдан камроқ обуначиларга эга бўлган журналнинг адади қисқа вақтда 4,5 миллионга етди.³

Демак, журналистлар ўз аудиториясининг қизиқишларини, нимани ёктириши ва нимани ёқтирмаслигини билиши зарур. Шу билан бирга унинг қўламини ҳам аниқ тасаввур қилиш керак. Фақат шундагина ўз ишининг ташкилий жиҳатдан ҳам, ижодий жиҳатдан аниқ режалаштириш мумкин бўлади.

Аудитория қўламини қандай аниқлаш мумкин?

Қозғистонлик тадқиқотчи О.Ложникова АҚШдаги тамошабинлар ва тингловчилар миқёсини аниқлаш услубини ўрганиб, Америка ОАВ да бу муаммо билан биринчи бўлиб Арчибалд Кроспининг шуғулланганини таъкидлайди. У 1929 йилда маълумотнома китобидан таваккал қилиб телефон номерларини олиб, сим қоқиб, одамлардан дастурлар кеча кунда тинглаганлиги ва улар ҳақидаги фикрларини сўраган. Тадқиқотнинг мазкур тури кейинчалик «Кросспи — рейтинг» деб ном олди. Кларк Хуппер эса журналистика социологияси шаклланишининг сарчашмасида турган. У аудиторияни ўрганиш бўйича биринчи анкета-андозани очиб, газета-журнал мулоқотида рекламанинг таъсирчанлигини тадқиқ қилган. «Хуппер рейтинг» «Кросспи-рей-

тинг»дан бир мунча фарқ қилган. Хуппер «тасодифий телефон интервьюлари» тушунчасини истёъмолга киритган. Савол берилаётган кишилардан илгари нимани эшитганлари эмас, шу дақиқада нимани тинглаётганлари сўралган. «Тасодифий сўров» услуби мулоҳаза билдириш услубидан афзалроқ, чунки хатоларга йўл қўядиган тингловчи хотирасига асосланмас эди. Сим қоқишлар ҳар 15 дақиқада такрорланар эди.¹

Кейинчалик Нильсен компанияси радио ва телевизор фаолиятини қайд этиб борувчи қабул станцияга бириктириб қўйилувчи аудиометр-механик мосламадан фойдалана бошлади. Бошда бу оддий қоғоз тасма бўлса, кейин у 16 миллиметрли пленка билан алмаштирилди.

Агар Нильсеннинг ўтмишдошлари «эшитилишни» ўлчаган бўлсалар, у приемниклардан фойдаланишни ўлчашга киришди. Кросспи ҳам, Хуппер ҳам одамлардан нимани эшитганларини сўрашар эди. Аудиометр эса фақат приемник қачон уланган ва қандай станцияга созланганини кўрсатар эди, холос, яъни ким ҳақиқатда эшитаётганини, ким шунчаки улаб қўяётганини кўрсатиб беришга ожизлик қиларди.²

Америкаликлар кейинчалик аудиометрни такомиллаштиришни давом эттирдилар. 16 мм пленка ўрнига ахборотни магнит усули билан ёзиш амалда қўлланиладиган бўлди. Нильсен янги мезон ўлчовлари — телевизорга туташ масофадан туриб бошқарув (қўлда бошқариш блоки)га ўхшаш ихчам қўл мосламасидан фойдаланишга ўтди. Мазкур аппарат фақат қандай шоу қайси пайтда томоша қилинаётганини эмас, энг муҳими — кимлар кўраётганини ҳам аниқлаб бера олди. Шундай йўл билан тўпланган маълумот одамларнинг нимани ёктириши ёки умуман кўрмаслиги мезонни бўлиб хизмат қилиши ҳам мумкин.³

Нильсенга рақобатчи Америка тадқиқотлар Бюроси компанияси ускуна орқали узатиладиган, ўша заҳоти акс-садо бериш усулидан фойдаланиладиган «арбитрон» асбобини ишлаб чиқди.

1958 йилдан бошлаб «Арбитрон компани» уни танлаб олинган оилаларнинг монитор тизимида «қайси канални

¹ Ўша жойда.

² Курьер ЮНЕСКО, 1990, ноябрь, С. 33.

³ Қаранг. Хабарши-вестник. Серия журналистики — Алматн, 1998, №: 3, 89-90 б.

¹ Ўша жойда. 90 б.

² Қаранг. Хабарши-вестник. Серия журналистики. Алматн, 1998, № 3, 90 б.

³ Ўша жойда. 90-91б.

афзалроқ деб билишини» аниқлаш мақсадида жойлашти-
ради. Олинган маълумот телевизион чизик бўйлаб марказий
тармоққа узатилади. «Арбитрон»нинг эски аудиометрдан асо-
сий фарқи натижани бир ондаёқ кўрсатишидир.

Хозирги пайтда АҚШда рейтингни аниқлаш бўйича уму-
миллий компаниялар «Эй.Си.Нильсен» (Дани Энд Брэдст-
рит фирмасининг бўлими) ва «Арбитрон» («Контрл Дэйта»
компаниясининг бир қисми)дир. «Нильсен» маҳаллий ва ка-
бель телевидение рейтинглари, «Арбитрон» эса маҳаллий ра-
дио рейтинги ҳақида ахборотлар тайёрлайди.

Англия, Франция, Япония ва бошқа ривожланган мамла-
катларда оммавий аудитория ўлчамларини аниқлайдиган тур-
ли усуллар ишлаб чиқилган. Репортёрлар мазкур усулларга та-
яниб ўзларига-ўзлари савол берадилар: муштарий нимани ўқий-
ди? Тингловчи нимани эшитди? Томошабин нимани кўради?
Ушбу саволларга жавоблар асносида «барометр» бюллетенлар,
аудиторияни баҳолаш мезонлари ва бошқалар тузилади.

Албатта, техник имкониятлар жиҳатдан ушбу усуллар
барча мамлакатлар учун мақбул бўлмаслиги ҳам мумкин.
Бироқ илмий-техникавий тараққиёт шиддат билан илгари-
лаб боради. Яқин келажакда аудиторияни ўрганишнинг за-
монавий технологияларини қўлланишидан барча давлат-
лар баҳраманд бўладилар. Буни журналистнинг ўз аудито-
рияси, унинг кайфияти, одатлари, у ёки бу ахборотни қабул
қилишга тайёр эканлигини яна бир марта таъкидлаш мақ-
садида эслатиб ўтдик.

Репортёр меҳнатининг қулай формуласи борми?

Шундай формула бор. Аллақачонлардан бери АҚШ ва
Ғарбий Европа, кейинги йилларда эса Россия, Украина,
Болтиқ бўйи журналистлари шу формула бўйича иш тутиб
келмоқдалар. МДХ мамлакатлари, жумладан, Ўзбекистон-
даги кўпчилик журналистлар юқорида санаб ўтилган дав-
латлардаги ҳамкасблари каби эски формуладан воз кечи-
б, янгисига тезроқ ўтишлари лозим. Илгариги «Ж (журналист)
— М (матн)» формуласи аудиториянинг фикри ва манфа-
атлари эмас, балки катағон тизимга сўзсиз бўйсундириш
мақсадида халқ онгини қайта тарбиялаш муҳимроқ ҳисоб-
ланган фармонбардор мафкуранинг оқибати бўлган. Унинг
моҳиятини К.Баҳриевнинг «Демократия ва инсон ҳуқуқла-

ри» китобида келтирилган Б.Муссолинининг ўғли билан ди-
алоги мисолида яққол изоҳлаш мумкин: «Кунлардан бир
кун дастурхон устида Бенито Муссолинининг ўғли унга
шундай савол беради, — деб ёзади муаллиф, — ота, Сизни
фашизмнинг назарийчиси, деб ҳисоблашади. Қисқа қилиб
айтганда, фашизм деганлари нима ўзи? Афтидан, чап то-
мони билан турган бўлса керак, жahl билан ғўлдиради:
«Овкатиғни е, сергап бўлма». Бу қисқа жавоб фашизм-
нинг асл маъносини ифодалайди».¹

Худди шу фикрни шўролар тоталитар тузуми мисолида
ҳам айтиш мумкин.

60-йилларнинг охирларида М.А.Суслов ўша даврда со-
вет ижодий зиёлиларининг энг тараққийпарвар кайфияти-
даги қисмини тарқатиб юборишга бошчилик қилган эди. У
бунга қарши эътироз билдирган «Новью мир» журнали бош
муҳаррири АТвардовскийга телефонда шундай деган: «Аса-
бийлашманг, ўртоқ Твардовский, Марказий Кўмита сизга
қандай маслаҳат бераётган бўлса, шундай қилинг...»

Таникли олим Е.П.Прохоров таклиф этган «А (Аудито-
рия) — Ж (Журналист) — М (Матн) — Аудитория» форму-
ласи эса: биринчидан, жамоатчилик фикрини доимий ра-
вишда ўрганиб бориш, нафакат журналистик матнни унга
мослаштириш, балки бу фикрни ОАВ орқали билдириш-
ни; иккинчидан, журналистнинг сўзи аудиториянинг онги
ва қалбида қандай акс-садо берганини текшириш, нати-
жада репортёр билан аудитория ўртасида тўғридан-тўғри
ва тесқари алоқани ўз ичига олган, ҳар жиҳатдан тўқис,
барқарор тизим юзага келишини тақозо этади. Бошқача
қилиб айтганда, «А—Ж—М—А» формуласининг ишлаб ту-
риши репортёр меҳнати, ОАВ ва жамиятнинг демократлаш-
ганлиги тасдиғидир.

Репортёр маънавий-маърифий тарбия масалалари билан шуғулланиши керакми?

Репортёрлар «А—Ж—М—А» формуласини ОАВ амалиё-
тига жорий эта бориб, фақат аудиториянинг кўнглини
очиш, фавқулудда фактлар орқасидан қувиш, шов-шув-
ларга сабаб бўладиган материаллар бериш, аудиториянинг

¹ Баҳриев К. Демократия ва инсон ҳуқуқлари- Т, 1998, 131 б.

асабларини «қитиқлаш» билан ўралашиб қолмаслиги лозим.

Аудиторияга сифатжихатидан янги, реципиентни ўйлашга чорлайдиган, унда инсоний фазилатларини тарбиялайдиган, фаол ижтимоий нуктаи-назарни шакллантирувчи билимларни етказиш муҳимроқдир. Бу олижаноб иш билан «тутуриқсиз» матбуот эмас, Фарбда «сифатли» деб аталган халқ эътиборини қозонган ОАВ журналистлари машғулдирлар.

Бозор шароитида журналистикага фойда келтирувчи товар ишлаб чиқариш, деб қаралган тақдирда ҳам (ахборот — ўзига хос товар) журналист сўзининг алоҳида олинган реципиент, шунингдек, бутун жамият маънавий қиёфасига таъсир этишини унутмаслик лозим.

Ўзбекистон Республикасининг Президенти И.А.Каримов жуда топиб айтганидек: «Сир эмаски, ҳар қайси давлат, ҳар қайси миллат нафақат ер ости ва ер усти табиий бойликлари билан, ҳарбий қудрати ва ишлаб чиқариш салоҳияти билан, балки, биринчи навбатда, ўзининг юксак маданияти ва маънавияти билан кучлидир. Бундай бойлиكنинг аҳамиятини англаш учун чор Россиясининг Туркистон ўлкасидаги генерал-губернатори М.Скобелев: «Миллатни қул қилиш учун уни қириш шарт эмас, унинг маданиятини, санъатини, йўқ қилсанг бас, тез орада ўзидан ўзи таназзулга учрайди, деб айтганини эслашнинг ўзи кифоя қилади».¹

Жамиятда журналистика ижодий фаолият соҳаси, деган фикр аллақачон шаклланган. Репортёр меҳнати ҳар қандай ижод сингари, аввало, инсон шаъни ва бахт-саодати учун хизмат қилишга даъват этилган. Уни юксак маънавият, ахлокий фазилатларсиз тасаввур қилиб бўлмайди. Демак, аудиторияга юксак маданият ва маънавиятни етказиш ўзини бу оғир ва мураккаб фаолиятга бахшида этган барча кишиларнинг ҳаёт мазмуни ва касбий-ижтимоий масъулияти бўлиб қолмоғи керак.

¹ Каримов И.А. Баркамол авлод — Ўзбекистон тараққиётининг пойдевори. Т., 1997, 5 б.

6-МАВЗУ. РЕПОРТЁРНИНГ МУЛОҚОТ МАҲОРАТИ

Одамлар билан алоқа ўрнатиш маҳорати репортёр касбий фаолиятининг зарур шартларидандир. Материалнинг 80 фоизидан кўпроғи суҳбатдошлар билан муносабатда бўлиш, мутахассислар билан учрашиш, ижодий изланишлар асосида вужудга келадиган ўзаро шахсий мулоқотлар воситасида қўлга киритилишининг ўзи шундан далолат беради.

Илк даврий нашрлар пайдо бўлишидан анча илгари суҳбатлашиш маҳорати, қизиқ маълумотларни топиш ва узе-тиш жуда кадрланган. Ўз даврининг публицистлари ҳисобланган қадимги нотиклар бу санъатни мукаммал эгаллашга ҳаракат қилишган. Ўшандан буён қанча даврлар ўтган бўлишига, репортёр меҳнатининг шароити (техника ва технологияси) ўзгариб кетганига қарамай ОАВ ходимлари фаолиятида мулоқот қилиш малакаси маҳоратни белгиловчи муҳим омил бўлиб қолаётир. Бугун самимий суҳбат олиб бориш салоҳиятига эга репортёр катта ижодий муваффақиятлардан умид қилишга ҳақли. Репортёр ҳар қандай вазиятда зарур маълумотни олиш учун ўзига нотаниш одамлар билан алоқага киришар экан, уларнинг ишончини қозонмоғи даркор. Одатда вазият суҳбатдошнинг касбий ижтимоий-руҳий ҳолатлари билан белгиланадиган шарт-шароитлар, суҳбат мазмунига бефарқ бўлмаган турли қайфиятлар ва омиллар қўшилиб мулоқот вазияти мураккаб-лашиб кетади. Илмий-истилохий маънода **алоқада бўлиш** деганда тажриба, қобилиятлар, билим ва малакалар, шунингдек, жамият ва шахс тараққиётининг зарурий ва умумий шартларидан бири ҳисобланган фаолият натижаларининг алмашинуви содир бўладиган мулоқот жараёни, ижтимоий ва шахсий муносабатлар (қатламлар, гуруҳлар, шахслараро) ўзаро боғланиши, хабарлашиш, муайян мақсадга эришиш амаллари назарда тутилади.

Демак, репортёр мулоқот қуришни ўз олдига мақсад қилиб қўяр экан, у албатта, руҳшуносларнинг таъбири билан айтганда, ижобий иқлим яратмоғи лозим. Бунда алоқа ўрнатишнинг қонун-қоидаларини, самимий мулоқотга чорлаш усуллари билиш муҳим аҳамият касб этади.

Улар куйидагилардан иборат:

1. Ахборотни узатиш ва уни қабул қилишни амалга оширадиган мулоқот вазиятидан келиб чиқадиган вазифалар.

2. Мулоқот олиб бориш тартиблари билан боғлиқ вазифалар. Бу вазифа одоб-ахлоқни бошқариб туришга тааллуқлидир.

3. Мулоқотнинг ҳиссий жиҳатига тааллуқли таъсирчан алоқа вазифалари. Алоқа ўрнатиш тартиблари ва вазифалари шулар билангина чекланмайди. Бу ҳақида «Рухшунослик бўйича хрестоматия» китобининг «Рухшуносликда мулоқот муаммолари» бўлимидан етарли маълумот олиш мумкин.¹

Ушбу тартиб ва вазифаларни билиш репортёрни одамлар билан тил топишиш малакаси билан қуроллантиради, алоқа ўрнатиш турлари ва усулларидан воқиф этади.

Одамларга ҳеч қачон нописандлик билан қарамаңг!

Инсоний фазилатларидан бири одамларга ҳолисона муносиб баҳо бера билишдир. Таниқли америкалик файласуфларидан бири Жон Дьюи таъкидлаганидек, инсон табиатига ҳос азалий интилишлардан бири «нуфузли бўлиш истагидир». Бинобарин, «ҳамма мактовни ҳуш кўради», ифодаси бежиз айтилмаган.

Худди мана шу интилиш Диккенснинг ўлмас романлар яратишга илҳомлантирган. Ўша туйғу Кристофер Ренни тошда симфония яратишга, Рокфеллерни сарфлаб тугатиб бўлмас даражадаги миллионларни йиғишга руҳлантирган. Айнан ўша ҳиссиёт энг бадавлат кишини зарурати бўлмаса ҳам данғиллама иморат қуришга мажбур этган. Бошқалардан ўзингизни юқори туюш истаги сизни энг сўнгги модадаги либосларни кийишга, янгича автомобилни минишга ундайди. Бу ҳиссиёт ҳаммага — жамоат транспорти кондукторига ҳам, оқловчига ҳам, қоровулга ҳам, вазир-у олимга ҳам бирдай ҳосдир.

, Д.Карнегининг гувоҳлик беришича, Жорж Вашингтон ўзига албатта, «Қўшма Штатларининг шавкатли Президент-

¹ Каранг. Мироненко В.В., Хрестоматия по психологии. Проф. А.В. Петровский тахр. М., 1987, 108-117 б.

ти» деб мурожаат қилишларини ҳуш кўрган, Колумб эса «Океан адмиралли ва Ҳиндистоннинг вице-қироли» унвонига эга бўлиш учун қўп уринган, Екатерина II ўзига юборилган хатлар тепасига «Император ҳазрати олияларига», деб ёзилмаган бўлса, уни очиб ҳам қарамаган. Линкольн хоним эса Оқ уйда Грант хонимга «Менинг руҳсатимсиз ўтиришга қандай журъат этдингиз?» деб йўлбарсдай ташланган.¹

Олдинги сафда бўлишга интилиш Лина Черязова ҳамда Мухаммадқодир Абдуллаевларни мустақил Ўзбекистоннинг биринчи олимпия чемпионлари бўлишга ундаган. (Биринчисини — фристайл бўйича, иккинчисини — бокс бўйича). Ватандошимиз Артур Григорянни профессионал рингда ўз вазнида дунёда энг машҳур боксчи бўлишига илҳомлантирган. Эл эътиборини қозонишга интилиш физик ва кимёгар Рустам Рахимовни мутлақо янги, инсоннинг касалликка қарши кураш тизимини мустаҳкамловчи ноанъанавий услубни кашф этишига сабаб бўлган. Унинг даволовчи керамик чироклари онкологик, иммунодефицит, ярали ва бошқа касалликларни даволаш билан боғлиқ изланишлари дунёдаги машҳур илмий ва тиббий марказларда катта қизиқиш уйғотмоқда. Дарҳақиқат, у ёки бу шахснинг эришган муваффақиятлари камтарона, у қадар микёсли бўлмасада, лекин у ўзи ҳақида юқори фикрда ва шунга интилиш табиий бир ҳол.

Шу ўринда Самарқанд телевидениесини (СТВ) бошқа нодавлат телестудиялари билан бир қаторга қўйганларида унинг раҳбари Г.Г.Габриелянцнинг қаҳр-ғазаби жунбушга келгани эсга тушади: «СТВга ўрта-миёна ахборот канали деб қарашга қандай журъат этдингиз? Катта талабдан келиб чиқилса, бу фақат телевидениенинг ўзигина эмас. Истасангиз бу ўз ичига радио, ўзбек ва рус тилларида чиқадиган «Даракчи» газетасини оладиган медиа-холдинг. Қандай бинони қурашиб қўлга киритганимизни бир кўринг, иш ўринларимиз қанча! Биз билан қим тенглаша оларди?.. Биз биринчилар ичида биринчимиз!!!» ҳиссиёт ҳуқмидаги ғазабнок Г.Г.Габриелянцга бас келиб бўлмас, шунинг учун суҳбатдошлар (уларнинг орасида ушбу дарслик муаллиф-

¹ Д.Карнеги. Как завоевать друзей и оказывать влияние на людей.-Т., 1992, 42-43 б.

лардан бири ҳам бор эди) ҳаёлида «ким биринчи: Андижон телевидениесими, ёки Самарқанд телевидениесими?» деган эътирозли фикр ўтмоқда эди, лекин улар бу мавзуда гапиришдан ўзларини тийдилар. Г.Г.Габриелянц эса яна жазаваси кўзгаб ахборот эркинлигини СТВ фойдасига ҳал этишдаги шахсий хизматлари ҳақида юқори пардаларда бонг ура бошлади. Сухбатдошлар бундай вазиятда тутоқиб турган СТВ бошлиғига эътироз билдириш бефойда эканлигини сезиб туришар эди. Ҳақли эътирозни Г.Г.Габриелянцнинг ўзи учун адолатсизлик ва ноҳақлилик, деб қабул қилиши аниқ эди.

Бу воқеа ўзинини ўзинг эмас, балки атрофдагилар муносиб баҳолашларига эришиш нақадар муҳим эканлигини яна бир қарра тасдиқлайди.

Бундан келиб чиқадиган **биринчи қоида:**

«Ҳеч қачон одамларга нарисанд бўлманг! Бўлғуси суҳбатга ўткинчи, вақтинчалик, одатий гаплашиш, деган кайфиятда борманг»¹, Сухбатдошингиз ижтимоий аҳволи, мансаб мақоми ва моддий тўқислигидан қатъий назар ўзини юқори баҳоланишига лойиқман, деган қатъи ишончда бўлиши эҳтимолдан холи эмаслигини ёдингизда тутинг.

Балки рўпарангизда омадсиз киши ўтиргандир, бироқ сиз унга маълумот манбаи сифатида мурожаат қиляпсиз. Ақсинча, балки у ҳақиқатдан ҳам ноёб ва ягона манбадир. Демак, масалани бу жиҳатлари билан ҳам сиз учун аҳамиятлидир. Сухбатдошнинг шунга ўхшаш шахсий жиҳатларини репортёрнинг дарҳол фаҳмлаб ола билиши ниҳоятда муҳимдир. Ҳар қандай вазиятда суҳбатдошингизга самимий муносабатда бўлаётганингизни намоиш қилинг. Журналист ўзининг «Мени» ҳақида камроқ ўйлаши керак. Унинг вазифаси-суҳбатдоши билан қизиқаётганини кўрсатиш. Репортёрлик кўзга кўринган касб, албатта. Аммо бу сизни ҳамма ерда ва ҳамма вақт кутишади, зарур маълумотни сизга беришга тайёр туришади, дегани эмас. Наинки, репортёр билан учрашган чокца ҳам одамлар, аввало, ўз нуфузини ўйлайди: айнан журналист назарига тушганлари уларга хуш ёқади, яъни биринчи галда ўз «Мен»лари ҳақида ўйлайдилар. Буни телефонда гаплашиш чоғида қайси сўз кўпроқ ишлатилишини уни синчиклаб ўрганган Нью-Йорк телефон компанияси тадқиқотлари ҳам тасдиқлайди: бундай

сўз, албатта, «мен» кишилиқ олмоши экан. Телефондаги 5000та мулоқот чоғида «мен» олмошидан 3990 марта фойдаланилган экан.¹

Иккинчи қоида:

«Ахборот манбаига фақат самимий ҳайрихоҳлиқда бўлиш ундан зарур бўлган фактларни олишга ва гувоҳлиқ беришга йўл очади». Ҳар қандай инсоннинг (касби, дини, сиёсий қарашлари, маълумоти, жинси, ёши, ижтимоий аҳволдан қатъи назар) ҳайрихоҳлиқдан, мақтовдан кўнгли ёришади.

Бироқ буни камдан-кам одамлар тан олишади. Шунингдек, бундай ҳолни маъқулламаслигини билдирувчи одамлар ҳам топилади. Булар репортёрни чалғитмаслиги керак.

Буюқ руҳшунос Альфред Адлер «Ҳаёт сизга нимани англатмоғи керак?» китобида ўз касбдошларига эътиборсиз киши ҳаётда қоқилади ва атрофдагиларга катта зарар келтиради, худди шундай одамлар орасида омадсизлар пайдо бўлади деб ёзади. Ушбу фикр журналистлик касбига ҳам бевосита дахлдор дейиш мумкин. Сир эмаски, таҳририят ходимлари ўз қаҳрамонлари билан учрашган пайтларида кўпинча кенг билимларини кўз-кўз қилиб маслаҳатлар беришга интиладилар, узундан-узоқ фикр-мулоҳазалар билан суҳбатдошнинг гапини бўладилар, бўлар-бўлмас гапларни қистиришга ҳаракат қиладилар. Журналистлар бундай хулқ-атворлари билан суҳбатдошнинг «тизгини»ни тутиб турганларини таъкидламоқчи бўлишади. Аслида журналист эътиборни ўзига эмас, ақсинча ахборот эгасига қаратиши лозим. Одатда бундай камчиликларга суҳбатдошига бир хил — андозали, қолип савол берувчи тажрибасиз бошловчи журналистлар йўл қўядилар.

Репортёр мулоқот асносида суҳбатдошини тинглай билиши ва бу кўникмани муттасил такомиллаштириб бориши керак. Амалиётда кўпинча бунинг тескараси бўлади. ОАВ вакиллариининг ўз суҳбатдошлари фикрига эътиборсизлик билан қараш ҳолларига истаганча мисоллар келтириш мумкин. Бунга кўпинча таҳририятнинг тажрибасиз ходимлари йўл қўядилар.

Суҳбатдошни эшитиш одобини билмаслик, унга эътиборсизлик тонгги «Ассалом Ўзбекистон!» теледастури ёки ЎзТВ-1нинг «Стол атрофидаги амалий учрашувлар» томо-

¹ Ўша жойда. С. 45.

шабинларининг, «Ёшлар» радиоканали йўқламаси сингари эшиттиришлар тингловчиларининг асабига тегади. Журналистлар олдиндан тайёрланган қолип-режа асосида ишлаб қаршисидаги жонли одамни унутиб қўядилар. Бошловчилар: «Сиз қандай қилиб ёзувчи, актриса, ўқитувчи ёки артист бўлдингиз?», «Нималарни орзу қиласиз?», «Ҳозир нима устида ишлаяпсиз?» русумидаги сийқаси чиққан саволларни беришади. Ана шундай чайналган саволларни бера туриб, суҳбатдошларининг айтганларига қулоқ осмайдилар: кўрсатув ё эшиттиришни жонлантиришга уриниб айтилганга қўшимча қилаётгандек, бемаъни лўқмалар ташлайдилар, у ёки бу фикрни ривожлантирмоқчи бўладилар. Бироқ, буларнинг ҳаммаси сунъий бўлиб чиқади, томошабин ва тингловчиларни эса лақиллатиб бўлмайди: улар ёдлаб олинган жумлалар, зўраки жилмайишлар, сунъий ҳолатларни шундоқкина кўриб, билиб турадилар. Бундай кўрсатув ва эшиттиришларнинг муваффақиятсизликка учраши олдиндан маълум. Нега? Гап шундаки, журналист суҳбатдошини парвосизлик билан эшитади, бутун диққат-этибори ёдлаб олган саволларида бўлади. Бундай вазиятни Чикаго университетининг олимлари «дуолог» деб атайдилар. Бу «диалог» дегани эмас, албатта. Ижтимоий рухшунослик соҳасида йирик мутахассис ҳисобланган Ж.Р.Паркинсон бунга тушунтириб шундай дейди: «Диалог икки кишининг жонли мулоқоти. Бу ўзаро фикр алмашиш, бир-бирига фикр етказишдир. «Дуолог» эса гаплашиш жараёнидаги фикр алмашиши билан боғлиқ бўлмаган вазиятдир». «Дуолог» тахминан шундай кечади: бир киши гапирди, иккинчи киши бу пайтда суҳбатдоши гапини тугатганидан кейин унга нима дейишини чамалаётган бўлади. Икковлари навбат билан гапирдилар-у, на униси, на буниси суҳбатдошини эшитади. Хар бири учун бошқасининг нима деяётгани эмас, балки ўзи нима дейиши муҳимрок.¹ Натижада бир қолипдаги, бир андозадаги зерикарли дастурлар пайдо бўлади. Уларда кизикарли фикрлар, мустанкил мулоҳазаларга, янги ғояларга ўрин қолмайди. Ёнг муҳими, суҳбатдош ёрқин шахс эмас, балки қўп миллионли аудитория олдида умумий одатий саволларга жавоб беришга мажбур этилган ўртамак киши сифатида гавдаланади. Те-

¹ Паркинсон Ж.Р. Люди делают так, как захотите. Вн. 83-6.

лери радиорепортёрлар ўзлари суҳбатга тортган киши ҳам сезгир ва эътиборли эшитувчига хожатманд эканлигини назардан соқит қиладилар. Ахир инсон кўрсатув ёки эшиттиришга ўз фикр-ўйлари, ғоялари билан келади-ку. Телекўрсатув ва радиоэшиттириш мулоқотдошлар бир-бирини англаши учун берилган бир имконият-ку!

Машҳур олим ва нотик Ҳусайин Воиз Кошифий (XV-аср) «Футувотномаи султони» китобида суҳбат одобларини баён қилар экан, сидку-садоқат тили билан сўзлаш ва қабул қулоғи билан эшитиш зарурлигини уқтиради; суҳбатдан амал қилиши зарур бўлган қоидалар сифатида қуйидагиларни кўрсатади:

Суҳбатдошнинг сўзларини жон қулоғи билан эшитиш; унинг сўзларига эътироз билдирмаслик ва сўздан хато кидирмаслик; унинг шодлигидан шодланиб, ғамгинлигидан ғамгин бўлиш; ҳурматини жойига қўйиб эъзозлаш; унинг сўзини бўлиб, гап кистирмаслик. Сўзлаганда эса, хар кимнинг ахволига қараб муносиб сўз айтиш; лутф ва мулойимлик билан; овозни баланд кўтармаслик, табассум қилиб очилиб гапириш ва ҳоказолар.

Бу суҳбат қоидалари бутунги кун репортёрлари учун ҳам дастурул амал бўлиб хизмат қилиши шубҳасиз.

Шундай қилиб, **учинчи қоида: «Эътиборли бўлинг! Суҳбатдошингизни эшитиш ва англашга ўрганинг! Уларнинг ўзларини, тўқинлантирган муаммолар ҳақида гапиришларини рағбатлантириб боринг».**

Суҳбат мавзуга самимий кизиқишни ҳосил қилиш, асосий масала бўйича одоб доирасида босиклик билан саволлар бера билиш, жавобларни таҳлил этиб, аниқ ҳулосалар чиқариб бериш журналист шахсига ишончли мустаҳкамлайди. Бу журналистнинг тингловчи сифатида қозongan муваффақиятидир.² Репортёр рухшунос П.С.Тарановнинг «Тескари феъл-атвор. Алоқа ўрнатишнинг сирлари» китобида баён қилинган маслаҳатига қулоқ тутса, фойдадан ҳоли бўлмайди: «Бутун вужудинг билан тингламоқ зарур. Суҳбатдошининг англаш учун унинг мақсадини аниқлаб олмақ керак. Эшитмоқ ҳаммаша хабар топмоқдир. Ҳақиқат гапирувчининг тилида эмас, тингловчининг қулоғидадир».²

¹ Каранг. Ташкентская неделя, 1999, 30 сентябрь.

² Каранг. Таранов П.С. Поведение наоборот. Симферополь. Реноме. 1998, С-128.

Шу ўринда таникли ўзбек шоири Максуд Шайхзоданинг «Кўшиқни эшитмоқ билан тингламоқ орасида катта фарқ бор, гарчи бу сўзлар илк қарашда маънодош калималардан туюлсалар ҳам ... Нағмани эшитибсану тингламабсанми, демак уни асти англамабсан...», («Ўзбекистон адабиёти ва санъати» газетаси, 1984 йил 12 октябрь) деган таъкидлари ҳам ғоят ибратлидир.

Сухбатдошингизни қизиқтирган нарса ҳақида сўзланг!

Журналист — ўз машғулоти моҳиятига кўра, кенг билим доирасига эга, ақл-заковатли, ҳар тамонлама комил инсон. Бу унга ҳаётни бутун ранг-баранглиги ва тафсилотлари билан кўрсатиб бериши имконини беради. Бироқ у қомусчи эмас, ҳозирги даврда қомусий билимга эга бўлиш мушқил бир ишлигини ҳамма ҳам тушуниб етавермайди: билимдон деган ном чиқариш мақсадида исталган нарса ҳақида ёзишга киришади ҳам.

Жамиятда репортёр ҳамма соҳадан бир чимдимдан билади, деган тавсифнинг одат тусига кирганлиги тасодифий эмас. Россиялик олим С.М.Гуревич тўғри таъкидлаганидек, ҳақиқатда эса журналист кўп нарсадан хабардор, савияси кенг ва билимдон инсондир.¹ Ер юзида минглаб касблар бор. Уларнинг ҳар бирида бошқаларидан фарқи ўзига хосликлар, нозик жиҳатлар, сирлар бўлади. Шу боис энг, истеъдодли журналист ҳам, Козьма Прутков таъбири билан айтганда, ҳамма нарсани қамраб ола билмайди. Турли соҳа мутахассислари билан алоқалар журналист билимидаги етишмовчиликларни тўлдиришга ёрдам беради. Бунинг учун у қаерда ишлагани - газета ва журналдами, ахборот агентликларидами - бунинг фарқи йўқ, ўз касбининг моҳир усталари суҳбатдошларини уларни қизиқтирган мавзуларга жалб этишни ўрганиб олиши зарур. Бунинг қандай амалга ошириш мумкин?

Д.Карнегининг буюк инсонлар ҳаётидан келтирган мисоллари масаланинг баъзи жиҳатларни тушунишга имкон беради. «Теодор Рузвельт билан учрашган ҳар бир кишини,

¹ Гуревич С.М. Организация индивидуального труда журналиста. - М. МГУ. 1986, 39 б.

— деб ёзади у, - унинг билимлари миқёси ва қамровининг кенглиги лол қолдирган: «Ковбой ёки берейторми, Нью-Йоркли сиёсий арбоб ё дипломатми, — деб ёзади Гамалиэл Брэдфорд, — Рузвельт ҳамма билан бир зумда тил топа олар эди. Бунга қандай эришар эди у? Бу саволга жавоб бериш қийин эмас. Рузвельт ҳар гал ташриф қилувчи киши келишидан бир кун илгари, тунда алла-махалгача ўтириб билдиргич маълумотномалардан меҳмонни кўпроқ қизиқтирадиган нарсаларни диққат билан ўқир эди. Рузвельт барча арбоблар сингари инсон қалбига энг яқин йўл суҳбатдоши ўзи учун азиз деб билган нарса ҳақида суҳбатлашиш эканлигини билар эди».¹

Репортёр меҳнати кўп жиҳатдан сиёсатчининг меҳнати-га ўхшаб кетади. У ҳам сиёсатчи каби ҳақиқатан ҳам кўп нарсадан хабардор, айрим нарса ҳақида кўпроқ биладиган инсон сифатида фаолият кўрсатади.

Демак, репортёр агар имкон топса суҳбатдоши ҳақида олдиндан зарур маълумотларга эга бўлиши керак. Бу вазифа баъзан малоллик келтирса-да, мақсадга эришишнинг муҳим омили саналади. Муҳими бу ҳеч қачон ортиқча юк бўлмайди, аксинча журналист ижодий изланишларининг муваффақиятига гаров бўлиши мумкин.

Шу муносабат билан Америка тележурналистикасининг юлдузи Барбара Уолтерс «Барча билан ҳамма нарса ҳақида қандай суҳбатлашиш лозим» китобида қуйидагиларни ёзади: «Лола исмли дугонам бор. Бир куни у билан Алан Кинг ва унинг рафикаси Этела Кеннедининг туғилган куни муносабати билан Лонг Айленддаги ҳашаматли уйларида уюштирилган кечада бирга эдик. Тамадди қилиш пайтида мен сенатор Бич Бау билан ёнма-ён ўтириб қолдим. Уни президент лавозимига мўлжаллашар, табиийки, мен биринчи манбадан маълумот олишга шошилар эдим.» Бироқ ширинлик тортишганда Лола ташаббусни қўлга олди: «Сенатор, айтингчи, помидорларингиз қандай ўсаяпти?» деб тўсатдан сўраб қолди у. Сенатор баралла қулди-да, унинг помидор етиштириши ва бунга ғоят қизиқишини қаердан биладиганини сўради. Шунда унинг диққатини буткул ўзига қаратган Лола очикдан-очик у билан учрашгунча маълумотлар тўплаб китобларни титиб чиққанини эътироф этди.

¹ Д.Карнеги. Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей. С-110.

Хамма сенаторлар ҳам помидор етиштирмайди. Бошқача қилиб айтганда, сиз суҳбатдошингизнинг севган машғулотидан ташқари асосий иши тўғрисида кўпроқ нарса билмоғингиз керак».¹

Мазкур маслаҳатлар ва тавсияномалар журналистлик амалиётининг барча ҳолатларида (мухбир - олим, ишбилармон, эколог, спортчи, фермер, рассом, шифокор, халқ амалий санъати усталари, дин арбоблари, сиёсий партиялар, ижтимоий ҳаракатлар йўлбошчиларими — ким билан учрашмасин) асқотади. Навбатдаги суҳбатдошлар билан учрашишни келишиб олганидан кейин, уларни кўпроқ қизиқтирадиган масалаларга эътибор бериб, мумкин қадар етарли маълумот тўплашга ҳаракат қилиш мақсадга мувофиқдир. Бу маълумотларни эса таржимаи ҳолга оид маълумотлар, меҳнат дафтарчаси, мажлис қарорлари, эсдалик адабиётлар ёки матбуотдан, шунингдек, бирга хизмат қиладиган ҳамкасбларнинг ёки қариндошлар ва яқин кишиларнинг суҳбатларидан олиш мумкин. Бироқ ҳамма масалалар бўйича чуқур билимга даъвогарлик қилиш ярамайди. Шунчаки қизиқувчи муҳлис бўла туриб, зинҳор ўзингизни театр, санъат ва мусиқа ёки шоу-бизнес билағони қилиб кўрсатманг. «Бундай вазиятларда, — деб ҳисоблайди Б.Уолтерс, — умуминсоний масалалар бирмунча хавфсизроқдир. Созандадан мусиқа умуман маъносиз бўлиб туюлса концертга бориш зарурми, деб сўранг. Ёки болаларда мусикага қобилиятини қандай тарбияламоқ керак, мусиқа дидни шакллантира олиш-олмаслигини, рассомдан у қайси рамини бошқаларидан устун қўйиши ҳақида сўранг. Ёзувчидан илк марта асари қачон босилиб чиққанини сўранг, аммо ҳеч қачон асар ғояси қандай туғилиши ҳақида оғиз оча кўрманг — бу асабни бузадиган, жонга теккан саволдир».²

Журналистлар учун таникли корхона эгалари, йирик ишбилармонлар билан учрашувлар қийин кечади. Бойликнинг ўзи, Б.Уолтерснинг кузатувлари бўйича, унинг эгасидатитроқ ва кўркүв уйғотади. Бир қарашда журналист билан бадавлат киши ўртасида ҳеч қандай умумий нарса йўқдек

¹ Кўрсатилган китобдан айрим боблар «Журналист» журналида чоп этилган. Қаранг. Журналист, 1992, №9, 50-6.

² Ўшажойда. 51 б.

бўлиб кўриниши мумкин. Аслида бундай эмас. Суҳбатни тижоратдан, энг нозик нарса фойда олишдан бошлаш шарт эмас. Одатда, уларнинг биринчи муваффақиятларидан сўраган маъқулроқдир, чунки кўпчилик иши юришиб кетган сармоядорлар, америкалик тележурналистнинг гувоҳдик беришича, эришган муваффақиятлари, ишни қандай бошлаганликлари ҳақидаги саволларни ҳуш кўрадилар. Шунинг учун ҳам улар муваффақият қозонишдаги биринчи қадамларини гўё биринчи муҳаббатларини эслагандай илҳомлари жўш уриб сўзлаб берадилар. Кўп тажриба орттирган Б.Уолтерс қуйидагиларни тавсия қилади: «Қандай йўл билан бўлмасин суҳбатдошингизни эсдаликлари, ёшлиги, шухрат қозонишининг бошланиши ҳақида гапиришига ҳаракат қилинг. Илгари ҳозиргига қараганда ишлаш қизиқарлироқ бўлганми? Қандай мақсадлари бўлган? Ҳозир ўзи бошқариб турган фирмага^ қандай келиб қолган? Бошлиқ унинг ғашига текканми? Ўзининг биринчи миллионига қандай эришган?» Шунингдек, одамларни машҳур кишиларнинг фарзандлари бор-йўқдиги, уларнинг болалиги қандай ўтганлиги, номдор ота-оналари изидан кетишган ёки кетишмаганлиги ҳамиша қизиқтиради. Кўпинча машҳур кишиларнинг фарзандлари ота-она шухрати соясида яшамасдан улардан ҳам машҳурроқ бўлиб кетадилар».¹

Шундай қилиб **тўртинчи қоида:**

«Агар сиз одсшлар билан учрашувлардан бўлажак материал учун мумкин қадар тўлиқ маълумот олишни истасангиз, уларни қизиқтирган нарсалар ҳақида гаплашинг, уларнинг касбий ва ҳаётий ташвиш-ўйлари ҳақида саволлар беринг».

Шуни унутмангки, ҳар қандай суҳбатдош бирор соҳада сиздан устун, сиздан кўпроқ билади ва у ноёб ижтимоий тажриба эгасидир. Улардан, ҳатто, юксак ижтимоий мақомни эгаллаганлари ҳам сиз билан қимматли маълумотни баҳам кўриши мумкин.

Мулоқот чоғида реципиентнинг кутганларига таянинг

Фикр алмашиш жараёнида журналистнинг кўпшаб тўсиқларни бартараф этишига тўғри келади. Кўп ҳолларда у ёки

¹ Қаранг. Журналист, 1992, №9, 51-6.

бу мутахассис ёки амалдор ўзини қандай тутишини олдиндан билиш қийин.

Репортёр танг ахволда қолмаслик учун, тасодифларни ҳам истисно этмаган ҳолда, ўзида ҳамма нарсага тайёр туриш фазилатини тарбияламоғи керак. Ҳеч нарсани текширмай, таҳлил қилмай ўзидан-ўзи маълум деб ҳисобламаслик ва ҳеч қачон ғойибдан келадиган омадга ишонмаслик лозим! Ҳар бир учрашувда айтиш шундай вазият тақозо этган йўлни танлаш муҳимдир. Баъзан шароит репортёрдан "жўн" саволлар беришни талаб этади. Булар ҳақида журналистиканинг таниқли назарийчиси ва амалиётчиси Ю.А.Крикунов ўзининг "Ҳаёт тақозоси билан" китобида тўхталиб ўтган ва она ва бола институти директори билан "жўн" савол-жавобни келтирган:

"Р. Марҳамат қилиб айтишчи, эмизикли боладан гимнаст гавдали, Эйнштейн каби мияли одамни вояга етказиш учун фан намоёндалари нима иш қилмоқдалар?

Д. Назаримда, сиз қадимги кишиларнинг "соғлом танда соғ ақд" деган ҳикматли гапларини нотўғри тушунувчиларни ёқлаётганга ўхшайсиз.

Р. ??

Д. Гап шундаки, ҳақиқатда мазкур ибора «Соғлом танда соғлом рух бўлсин»дир. Ҳатто, қадимги одамлар ҳам бақувват киши ғайрияхтиёрий равишда доно бўлиб қолмаганлигини англаб етишган. Бу билан тарбияловчилар шуғулланишлари керак. Тиббиётдан буни талаб қилиш ақлга сизмайди.

Р. Нима учун институт ота эмас, она ва бола институти деб аталишини менга тушунтириб бера олмайсизми? Отага нима бўлган директор?

Д. Отага ҳеч нима бўлмаган ҳисоб. Она учун болага нисбатан кўпроқ вазифалар белгиланган. Бола туғилгунча тўққиз ой кўтариб юрмоқ, боқиб катта қилмоқ, турли касалликлардан эҳтиёт қилмоқ керак. Биз оналик қила оладиган аёлни эъзозлаймиз. Ота эса ҳар қанча ҳурматга сазовор бўлмасин, онанинг ўрнини босолмайди".¹

Ҳатто репортёрнинг "жўн" саволларига жавоб қайтараётган директор ҳам комил шахснинг вояга етиши учун соғлом ирсият ва шунга мос тарбия ҳамда зарур ижтимоий

¹ Қаранг. Крикунов Ю.А. Подсказано жизнью. М. Мнсль, 1984, С-93-94.

шароитларнинг мавжуд бўлишининг не чоғли аҳамиятли эканлигини оммабоп қилиб тушунтириб бера олган.

Инсон фаолиятининг муайян бир соҳасида чуқур билимга эга эмаслигини очик-ойдин тан олиш айб эмас.

«Қобуснома» муаллифи Кайковус (XI аср) ўз фарзандига шундай насиҳат қилади:

«Агар ҳар қанча доно бўлсанг ҳам ўзингни нодон тутгил, токи сенга ҳунар ўрганиш эшиги ҳамиша очик бўлғай... хосга хос сўз, омийга омий сўз дегил, токи у ҳикматга мувофиқ бўлсин ва эшитғон кишига оғир келмасин» (40-бет).

«...Кўп ҳолларда ҳамма нарсани тушуниб етолмайман, - тан олади «Комсомольская правда»нинг шарҳловчиси Я.Голованов, - менимча, бу журналист учун табиий ва қонунийдир. Бироқжавоб олишни истаган саволлар моҳияти билан олдиндан танишиб чиқмасдан туриб лабораторияга ёки олимдан интервью олишга ошиқмайман».¹

Бу иқдор ўрта миёна журналистни эмас, балки Бауман номидаги олий техника билим юрти (ҳозир дунёдаги энг нуфузли университетлардан бири)ни битирган, илмий-текшириш институтида иш тажрибасига эга, фан ва техника соҳасида кенг масалалар билан шуғулланувчи мутахассисга ҳамда ОАВ соҳасида катта шуҳрат қозонган журналистга тегишлидир. Бу журналист ўз суҳбатдошлари - олимлардан: «Мен билан гаплашганда ўнинчи синф ўқувчисининг билими даражасидан ошириб юбормаслигинингизни сўрайман, чунки «Комсомольская правда» ўқувчиларининг катта қисми билим даражаси шундайдир. Мен билан эмас, муштариёлар билан суҳбат қуришингизни сўрайман», дейишдан оқ килмайди.²

Машҳур «Тунги канал» телевизион янгиликлар кўрсатувининг бошловчиси Эдвард (Тедд) Коппел ҳам худди шу усулда ишлайди. Унинг ярим соатлик дастури Эй-Би-Си (Американ Бродкастинг компани) телевизион тармоғи орқали олиб кўрсатилади ва у 7 миллион кишилик томошабинлар аудиториясини тўплайди.

Америка журналисти Рона Мендельсоннинг гувоҳлик беришича, «Коппел ўз вазифасини меҳмонларга фақат

¹ Қаранг. Сагал Г. Двадцать пять интервью. Так работают журналисты. М. Политиздат, 1978, 26-6.

² Ўша жойда.

кийин саволлар беришдан иборат, деб билмайди. Ўзининг иқдор бўлишича, «ўз томошабинларининг вакили» бўлишни ҳам истайди. Коппел студияда интервью олаётган пайтда ўз томошабинлари билан «қўшилиб кетишга» интилиб, ўз шахсий фикрини бир чеккага суриб қўяди.¹

Хар қандай тахририятнинг хар бир журналисти учун Я.Головановнинг «мен билан эмас, ўқувчилар билан суҳбат қуришингизни истардим», Коппелнинг «ўз томошабинларининг вакили бўлиш» ҳақидаги сўзлари мулоқотнинг касбий тамойилига айланмоғи керак. Шунинг учун ҳам хар бир тахририятнинг кўзга кўринарли жойига қуюк харфлар билан ёзилган қуйидаги касбий- ахлоқий шиор осиб қўйилса фойдадан холи бўлмас эди:

«Ўз аудиторияси, унинг бахти-саодати учун яшаш ва хизмат қилиш».

Жуда кўп тарихий ёдгорликларда ҳақиқатнинг мангулигидан далолат бериб турувчи, ўтмиш билан келажакни туташтирувчи риштага айланган чуқур маъноли иборатларнинг учраши тасодифий бўлмаса керак. Журналистикада эса ана шундай ҳақиқат ўқувчи, томошабин ва тингловчиларнинг янгиликка ташналигидир.

Бешинчи қоида: «Одамлар билан алоқа ўрнатиш уларнинг ахборотга бўлган эҳтиёжларидан, ўз реципиентларингиз кутган нарсаларидан келиб чиқишга ҳаракат қилинг.

Сизнинг барча маъсадларингиз ва сайёҳ ҳаракатларингиз ўз аудиторияннгизнинг ишончиш оқлашга қаратилган бўлмоғи лозим! Моҳир бўлинг!»

Репортёрлар одамлар билан иш қўрадиган инсонлар сифатида ҳеч қачон суҳбатдошларининг иззат-нафсига тегмасликлари керак. Акс ҳолда бир-бирини тушунмасликкина эмас, балки турли зиддиятли ҳолатлар юзага келиши мумкин.

«Мен ҳеч нарса билмаслигимни биламан, холос» деб такрорлашни яхши қўрадиган Сукротдан ақллироқ бўлишга интилиш бемаънилиқдир. Суҳбатдошингиз нотўғри маълумот бераётганини сезганингизда холис йўл тутиб, «Қаранг-а, мен янглиш ўйлаган эканман. Ҳа энди тирик жон янглишади-да» десангиз, қўнгилсиз тортишувга барҳам берасиз.¹ «Мен янглишаётган бўлишим мумкин», «Бу мен

билан тез-тез бўлиб туради», «Келинг, фактларни текшириб кўрайлик» жумлалари Дейл Карнегининг фикрича, одамларга мўъжизали таъсир этади. Д.Карнеги бир куни Кутб доирасида ўн бир йил яшаб, олти йил давомида фақат гўшт ва сув билан овқатланган таниқли тадқиқотчи-олим Стефансон билан суҳбатлашиб, ундан бу билан нимани исботламоқчи бўлгансиз, деб сўрайди. Тадқиқотчи шундай деб жавоб берган: «Олим ҳеч қачон бирон нарсани исботлашга ҳаракат қилмайди. У фақат фактларни аниқлашга ҳаракат қилади». Бу Ибн Синонинг «Ки таҳқиқ (аниқланган) эрди тадқиқ этдим, чу тадқиқ (текшириш) эрди таҳқиқ этдим» деган фикрига ҳамоҳангдир. Репортёр меҳнати ҳам олимники сингари фактларни аниқлашдан иборат. Шу боис аниқ тўқнашувлардан ва «сиз ноҳақсиз» деган ибораларни ишлатишдан ўзингизни тийинг. Зеро, мутаассиб, рок-металл ёки футбол ишқибозларининг фикрини ўзгартириб бўлармикан? Улар ғояларни эмас, кўпроқ ўз нафсониятларини ўйлайдилар.

Ноқулай вазиятга тушмаслик, суҳбатдошингизни ранжитмаслик ҳаракатида бўлинг. Баҳсда қўли баланд келишлик бўлмағур гап, деганда Д.Карнеги минг марта ҳаққир: «Шунинг учун баҳсда ютқизган бўлсангиз ҳам, қўлингиз баланд келган бўлса ҳам мағлуб бўлдингиз. Чунки, — деб тушунтиради Карнеги, — сиз муҳолифингизни ундан устун эканлигингизни ҳис этишга мажбурладингиз. Унинг иззат-нафсига тегдингиз. У сизнинг ғалабангиздан озор чекди. Ахир инсонни раъйига қарши бирон нарсага қўндирсаларда у ўз фикридан тутқунликда ҳам қайтмайди-ку».² Журналистнинг мақсади баҳс эмас, шахс эмас, балки зарур бўлган ахборот учун йўл топишдан иборат. Фактлар ва гувоҳларга зарурат қанча катта бўлса, репортёрдан шунча муомалага усталик, вазминлик талаб қилинади.

Бордию, баҳс қилмасликнинг иложи бўлмаса, бун мулоқотга киришишдан аввалроқ, материални тайёрлаш жараёнида ҳал этган маъқул. Шундай қилинганда журналист муҳолифига қарши ўз далил-исботлари назардан ўтказиб олиш учун кўпроқ вақти ҳам, имконияти ҳам бўлади. Журналистнинг устунлигини таъминлайди. Тинч шароитда

¹ Карнеги Д. Қўрсатилган китоб. 130-б.

² Ўша жойда.

¹ Мендельсон Р. Сладкий звук конфликта. Раскрепощенная пресса. 62-65 б.

у ўз оппонентининг нуктаи-назаридаги зиддиятлар ва камчиликларни аниқроқ кўради. Репортёрга фактлар, фақат фактлар керак бўлади, зинҳор базинҳор ҳиссиётлар эмас. Ҳиссиётлар соғлом фикр юритишга халақит бермаслиги лозим.

Олтинчи койда: *«Ҳамиша дўстона оҳангда гапиришга ҳаракат қилинг. Мулоқотга киришар экансиз, гапни мунозарали масалалардан бошланг. Хушмуомала, оғир-босиқ бўлинг. Унутмангки, сизнинг мақсадингиз биринчи саволингизгаёқ суҳбатдошингизнинг «ҳа» деб жавоб беришига эришмоқдир».*

Бу койда жанжалли вазиятларда алоҳида аҳамиятга эга. Шундай вазиятда репортёр сабр-тоқатли, холис бўлиши, жанжаллашаётган томонларга дилидагини тўкиб солишга имконият бермоғи керак. Бундай ҳолларда масаланинг моҳиятидан келиб чиқиб. ААграновский усулини қўллаш мумкин: «Унинг бутун ижоди, - деб таъкидлайди А.Боршчаговский, - ёлғонни таъкиб қилиш, ҳаётини ҳудудларнинг ҳар бир квадрат метрида оғзи қийшиқ ёлғонга қарши жанг қандай шаклда бормасин, тутуриқсизликни, оғмачиликни қаҳр-ғазаб билан рад этишдир. Лекин буни у хушмуомалалик, вазминлик билан оппонентига ҳурмат кўрсатиш орқали бажарар эди».

Журналист В.Моисеевнинг суҳбат олиб бориш усуллари ҳақидаги саволига ААграновский шундай жавоб беради: «Қўлимда блокнот билан суҳбат бошлайман, бунда ҳеч қанақа сир йўқ. Гоҳо блокнотга ҳеч нарсани қайд этмайман, ҳаммасини кейин ёзиб қўяман. Баъзан мантиқли саволлар бераман. Суҳбатдош ўзига хос сўз ё иборани айтди, дейлик, уни ўзгартирмасдан ёзиб қўйиш керак. Сийқаси чиққан савол ташлаб қўяман, масалан: Қанча тоннадан бераёпсиз?» У эсига тушган бемаъни нарсаларни қалаштириб гапираверади, мен эса керагини қоғозга туширавераман. Қачонлардир ленинградлик бир режиссёр менга суҳбат чоғида новелла ёзишни ўргатган эди. Суҳбатдошингизни эшитиб туриб, ўзингиз учинчи шахс номидан ёзаверасиз. Журналист учун кизиқарли машқ.

Аграновский суҳбатдошни тенг кўриб гаплашиши, журналист уни кизиқтириши, одамоҳун бўлиши керак деб тушунтирган ва қўшиб қўйган эди: «Ахир биз ҳам қаерларда-

дир бўламиз, нималарнидир кўрамиз, ким биландир учрашамиз. Биз ҳам нима ҳақидадир гапириб беришимиз мумкин. Журналист билан гаплашиш одамга қизиқ бўлиши керак... «Биз ҳаммадан кўпроқ ўқишимиз, кам одамлар ўқийдиган нарсаларни ҳам ўқиган бўлишимиз керак».

ААграновскийнинг кўп қаҳрамонлари, кейинчалик унинг дўстларига айланишган, доимо у билан маслаҳатлашиб туришган.

Еттинчи койда: *«Фақат қизиқтира оладиган журналистгина очикчасига гаплашишга ундай олади!» Кюйқарли суҳбатдош бўлинг! «Суҳбатдошингизни гапиртирмақчи бўлсангиз, ундан бирон нарсани сўрашдан аввал унга ўзингиз бирон-бир қизиқроқ нарсани айтиб беринг».*

Суҳбатлашиш малакаси ва маҳоратини қандай эгаллаш мумкин?

Ижтимоий психология соҳасида йирик мутахассис Ж.Р.Паркинсон шундай тавсия қилади: «... мулоқот чоғида бошқалар ўзини қандай тутишини кузатинг... Кинофильмларда ҳам, телевизион сахна асарларида ҳам учрашувлар кўринишини кузатиш мумкин. Кузатаётганда диққатни бир жойга тўпланг. Нима бўлаётгани ҳақида ўзингизга саволлар беринг».¹

Одамнинг овозидаги товланишларга, диққатига, гавда ва юз ҳаракатларининг мароми ва гўзаллигига эътибор беринг.

Паркинсон ўзаро мулоқот жараёнини ҳамма жойда кузатиш мумкин: «Бизнесменлар бир-бирлари билан кўришганда, ўзларини қандай тутишларига қаранг. Одамлар бир-бири билан тил топишган гуруҳларга қандай қўшилишини кузатинг. Бу қандай ҳаракатлар билан кечади?», дер экан, у бу кузатишлардан ҳулоса чиқаришга даъват этади. Ташки жиҳатларга эмас, балки моҳиятига қараш, ҳар қандай шароитда мулоқотнинг мумкин бўлган койда ва усуллардан фойдаланишни машқ қилиб, тажриба орттириб боришни маслаҳат беради.

Умуман, кузатиш репортёр услубининг ажралмас қисмидир. Ундан материал тўплаш жараёнида эмас, балки суҳбатлашиш маҳоратини эгаллаш жараёнида ҳам фойдаланиш керак.

¹ Паркинсон Ж.Р. Люди делают так, как захотите Ви. 26-6.

Бошловчи репортёрлар тажрибали ҳамкасбларининг қандай суҳбат қуришларини доимо кузатиб, унга амал қилиб борсалар фойдадан холи бўлмайди.

Ҳар бир тахририятда интервью сирларини эгаллаган одамлар бўлади. Уларнинг маҳоратини ўрганиш ўзини репортёрликнинг машаққатли меҳнатига бахшида қилганларнинг ижодий имкониятини бойитади. Шу маънода журналистика факультетлари талабаларининг ишлаб чиқариш амалиёти даврида шундай журналистлар билан сафарда бўлиб, репортёрнинг одамлар билан қандай муомала қилишини кузатиш мақсадга мувофиқдир. Ундан суҳбатга қорлаган сабабларни сўраб билишга, одамлар билан муносабатга киришишнинг ҳар бир ҳолатини танқидий англашга уриниб кўриш керак. Уларнинг бошқача кўринишлари ҳақида ҳам бош қотириш лозим.

Мулоқот малакаси ва маҳоратини эгаллашда ахли донишлар, яхши ҳулқи кишилар суҳбатида бўлиш, уларнинг муомала тарзини кўриш, эшитиш, фахмлаш ва уларга амал қилишнинг катта амалий аҳамиятга эгалиги Шарқца яратилган панд-насихатларда азалдан таъкидлаб келинади: «Эй фарзанд, токи қила олсанг суҳандон кишилар била ҳам суҳбатда бўлғил ва қандай қилиб сўзлаш кераклиги шартларин ҳам билгил; сўз эшитмасдин қочмағилким, киши сўз эшитмак била суҳангўйлик ҳосил қилур» («Қобуснома» - Т., 1994, 35-41- бет).

Ушбу ўғитга амал қилиб, турли давраларда бўлиб, «ул-фатихон» ўтиришнинг гулларини кузатиш ҳам қизиқарлидир. Улар кўпинча ўзлари сезмаган ҳолда соғлом гурунғ муҳитини яратишга сабабчи бўладилар. Одамлар уларга интиладилар, улар билан фахрланадилар, уларга таклид қилишга ҳаракат қиладилар. Бундай кишилар вазиятни яхши хис этадилар, ўзларини эркин тутадилар, баъзан эса, гапга тўн кийдириб ҳам юборадилар. Битта гапга ўнтасини кўндириб туришлари, ғайриоддийликлари билан фарқлашиб турадилар. Энг муҳими — атрофдагиларни ўзларига қарата оладилар, суҳбатга жон киритиб унинг йўналишини белгилайдилар. Ана шундай норасмий вазиятлардаги гаплашиш сулуқатини ўзлаштириш фойдадан холи бўлмайди. Бўлғуси журналистлар суҳбатлашишнинг касбий малакасини оши-

ришда ижтимоий руҳшунослик адабиётидан ҳам хабардор бўлишлари керак. Шунингдек, одамлар ҳаётининг турли қирралари ва фаолияти, ҳулқ-атворларининг ўзига хос хусусиятларига тааллуқли оммабоп матнларга мурожаат қилиш ҳам яхши натижалар беради. Бундай материаллар билан танишиш журналистларга ўзларини ижодий шахс сифатида яхшироқ англашлари учун, ижодий-ахборий фаолият соҳасидаги тажрибаларни ўрганиш учун, атрофдагиларни яхшироқ билиш ва улар билан энг мақбул муносабатлар ўрнатиш учун ёрдам беради. Замонавий мулоқот воситаларидаги ахборотлар бунга имкон туғдиради.

Айтайлик, Интернет ёрдамида Ўзбекистон журналистлари зарур ахборот захирасига кириш имкониятига эгадилар. Бу факат дунёдаги йирик университетлар, АҚШ конгресси кутубхоналарай, Британия қомуси жамланмасигина эмас, балки телевидение, радио, матбуот юлдузлари, ахборот агентликлари намоёндаларининг суҳбатлашиши тарзи ва усуллари ўрганилган манбалар, журналист меҳнатини ташкил этиш бўйича махсус адабиётлар билан танишиш имконияти ҳамдир.

Гиннес рекордлари китобига кирган «Аргументм и фактн» ҳафталигининг айрим нашрлари ҳам ўзига хос ўқув қўлланмаси хизматини ўташи мумкин. Ҳафталик фаолияти ҳар қандай мулоқотнинг ўзгармас қисми бўлган интервью услубининг кўргазмали устахонасидир.

Дунёдаги рейтинг нашрларида яхши журналистик чиқишлардан саралаб олинган турли-туман дайжестларда ҳам малака ва маҳоратга оид намуналарни берилади. Шунингдек, ўзбек журналистикаси тажрибасидан, интервью ва публицистиканинг йирик усталари О.Ёкубов, Ҳ.Ҳошимов, А.Мелибоев, Д.Нурий, Э.Аъзам, Ш.Ғаниева, Э.Тухватуллина, М.Обидов каби захматкаш қалам аҳлларида ҳам кўп нарсани ўрганиш мумкин.

Шундай қилиб **саккизинчи қоида: «Бошқаларнинг муомала қилишини кузатиш! Муомала назариясига нописанд бўлманг, муомала малакасини ошириш бўйича узлуксиз машқ қилинг: турли томошалар — фильмлар (айниқса журналистлар ҳақида), шоу, телесуҳбат, учрашув ва бошқаларни кўраётганингизда диққатингизни ҳамкасбларингиз хатти-ҳаракатларига қаратинг! Етук мутахассислар тажрибаси, шу-**

нингдек хаваскор ёки бошловчи ҳамкасбларингиз ютуқ ва камчиликлари сизга сабоқ бўлсин!»

Зеро, хатолардан сабоқ олмоқ — хатоларга эришмоқ дегани эмас.

Сухбатдан мақсад нима?

Сухбат икки ёки ундан ортиқ кишиларнинг муайян бир мақсадга эришиш йўлида биргаликда, шерикликда амалга оширилган ёки амалга ошираётган нутқий фаолиятидир. «Аттухфа» луғати муаллифи сухбатни «шерикликнинг энг яхши воситаларидан ва энг олий белгиларидан бири» деб таърифлайди. Мулоқот жараёнида сухбатдошларнинг нутқ ижро этиши ва уни истёмол қилиниши амаллари алмашилиб, сўзловчи тингловчи мақомига ўтиб, ўзига хос роль «ўйналинади» — бу сухбатни унинг тадрижотини бошқаради — яъни маълум мақсадга эришишдаги ҳамкорлик юзага келади. «Сухбат адаб натижасидир, адаб хурмат натижасидир,- дер экан Хусайин Воиз Кошифий,- хар бир вақтининг, хар бир ҳолатнинг, хар бир мақомнинг ўз одоби бор». Сухбатда журналистнинг мақоми мулоқот мавзуи ва мақсадини белгилашда ташаббускор бўлиш ҳамда нутқий фаолиятнинг айна шу мақсадга мос тарзда кечишини - ҳамкорликни таъминлашни бошқаришдан иборатдир.

Сухбат жараёнида журналист зиммасига юкланган вазифа ва ижтимоий мақом муомала одобларини билишни, очик чехра билан самимий сухбат олиб боришни, асосий мақсадни юзага чиқаришда сухбатдошни ҳамкорлик қилишга мойил қилишни тақозо этади. Журналист сухбатдан қулатилган пировард мақсадни ва унга эришишнинг аён усуллари, тартибларини аниқ белгилаб олмаса, мулоқотни ўз устасига мос ҳолда бошқара олмаслиги мумкин.

Мулоқотнинг муваффақияти, мақсаднинг аниқ-равшан белгилаб олинishi зарурияти репортёрдан сухбатдош билан алоқа ўрнатгунга қадар қуйидаги масалаларни жиддий мулоҳаза қилиб қўришни талаб қилади: «Оммавий аудитория менинг сухбатдошимдан ижтимоий аҳамиятга эга бўлган қандай янгиликларни қутади? Танлаган мавзу бўйича маълумотларга эгами? Қай даражада ҳолис бўла олади? Ўзидаги ахборотни ошкор этишдан манфаатдорми? Агар манфаат-

дор бўлмаса, ундан қанча қисми **ОИШ** мумкин? Унинг хиппи қарашлари, у ёки бу ўзгаришлар пиппборппппа му~~И~~ки~~П~~И~~И~~ иири қандай? Ахборотманбаи матлубми? (ухбатдопннпи ху.... канақа? Унинг табиатида қизикконлик, х~~У~~Ш~~Ч~~а~~К~~Ч~~В~~КЛИ! . ~~У~~Ш~~В~~Д~~Д~~гликёки~~а~~м~~г~~ин~~л~~ик~~н~~ис~~б~~ат~~л~~арикандай? Жур~~н~~в~~Л~~И~~С~~Т~~З~~И~~р~~ м.ш борида талтайиб кетмаганми?»

Мақсадга етмоқ учун сухбатдошнинг шахсий на й~~Ж~~ ш мойи мақомини, ҳаётий нуктаи назарини, воқсликка муносабатларини белгилаб олиш муҳимдир. Шу муносабат билан И.А.Крикунов репортёрнинг ўз қаҳрамонлари билан муомала қилиш муаммоларини ҳал этишда турфа хил тоифалардан қуйидаги уч турни ажратиб олиш мақсадга мувофиқ, деб ҳисоблайди: 1) мулоҳазали билимдон сухбатдош; 2) тасодифий, аммо бетараф сухбатдош; 3) газетани қизиқтирган муаммога, умуман босма сўзга нисбатан танқидий муносабатда бўладиган ҳадиксировчи сухбатдош.¹

Санкт-петербурглик тадқиқотчи В.П.Таловов эса «Журналист меҳнати» деб номланган ишида юқорида кўрсатилганлардан ташқари сухбатдошларнинг яна тўрт турини ажратиб кўрсатади:

а) табиатига кўра кўнгилчан, содда, самимий респондентлар. Бу тоифадаги одамлар ўзлари ҳақида, ўз кўзлари билан кўрган воқеа-ҳодисалар ҳақида қўшиб-чатмай, чин дилдан гапириб берадилар. Нимани билсалар ҳаммасини ҳикоя қилиб берадилар. Баъзан жавоблари дўлвар бўлиши мумкин, бироқ улар ҳамиша самимийлиги билан ажралиб туради. Бундайлар бошловчи репортёр учун ҳақиқий топилма;

б) бу тоифа ўта кетган худбин феълли шахсларни бирлаштиради. Бундай одамлар ўзларига ва ишларига, унинг натижаларига кўпроқ эътибор беришларини талаб қилади. Журналист вақти-вақти билан саволини қайтариб туриши, унинг шахсиятига қизиқишини бот-бот айтиб туриши керак. Респондент гапга тушиб кетиб, ўз хизматларини ошириб юбориши, ўзгаларга даҳлдор нарсаларни ўзиники қилиб кўрсатиши мумкин. Бундай одамдан олинган маълумот диққат билан текширишни, аниқлашни талаб этади;

в) бу тоифага ички ҳолати бўйича тавба-тазарру қилишга майли бўлган, шунга иштиёқманд одамларни киритишади.

¹ Крикунов Ю.А. Подсказано жизнью. 80-6.

Истиффор айтишга шошилган одам одатда журналистнинг вазифаси билан ҳисоблашмайди, шунчаки эмас, аниқ мавзу бўйича гаплашиш учун келганини ўйлаб ҳам ўтирмайди. У ўз хатти-ҳаракатларининг майда-чуйда тафсилотларигача, ўз мухити, қизиқишлари, мақсадлари, ҳуллас, шудақиқада ҳаяжонга солаётган, ташвишлантираётган нарсалар ҳақида гапга тушиб кетади. Уни тўхтатиш қийин бўлади. Бундай суҳбатни керакли изга солиб юбориш учун репортёрнинг анча уринишига тўғри келади;

г) баҳслашишни яхши кўрадиган суҳбатдошлар тоифаси. Улар журналист билан талашишга, айтганларини рад этишга, фикрини ўзгартиришга киришади. Журналистлар бу ҳилдаги респондентлардан ҳеч нарса ололмай таҳририятга куруқ қайтадилар. Баъзан улар билан учрашилса зарар қилмайди. Мунозара ишқибозлари мухбирнинг ақлини чарқлашга, унинг нуктаи назарини аниқлашга ёрдам беради.

Ғарб журналистлари суҳбатдошнинг ижтимоий аҳволига қараб ижтимоий тоифаларига ажратадилар. Масалан, Б.Уолтерс сиёсатчилар, ишбилармонлар, спортчилар ёки кино ва эстрада юлдузлари, ижодий касб кишилари билан суҳбат қуришни маслаҳат беради. Ижтимоий шахсларнинг ўзгача мақомдаги тоифаларини ҳам учратиш мумкин.

Бу ерда муҳими — ҳулқи турлича бўлган одамлар тоифаси мавжуд эканлигини эътироф этишдир. Яна шуниси ҳам муҳимки, уларнинг ҳар бири журналист билан алоқада ўзини айрича намоён қилади. Шубҳачи, ҳадикчи (скептик) суҳбатдош репортёр билан мулоқот пайтида жўнаб кетади. У билан учрашув кўпинча даҳанаки жангга айланиб, психологик тўсиқлар қалашиб кетади.

Билимдон киши эса, аксинча, журналистни ён беришга, кўпинча унинг оғизига уришга, ҳушини жойига келтириб қўйишга ҳаракат қилади.

Сиёсатчи гоҳида жуда банд бўлгани учун бошқа саволларни қабул қилмайди, бемаъни саволлардан дарғазаб бўлади. Сиёсат, Б.Уолтерснинг тавсифлашича, атиги бир неча йил илгари ўтиришда меҳмонларни мудрашга мажбур этган бўлса, ҳозир ҳаммани қизиқтирадиган мавзу: ҳар қандай дўстона суҳбатда жанжалга сабаб бўладиган, дўстларни бир-бирига бегона қиладиган, ишда хизмат пиллапоясидан кўтарилишга ҳалақит берадиган иллатдир.

Шунинг учун ҳам давлат хизматчиси ёки амалдор билан учрашишга бораётиб очик баҳслашишдан ўзини тийиб, «асабни бузмаслик» қондасига мувофиқ суҳбат чоғида ўзингизни табиий тутганингиз маъкул.

Суҳбат мавзусидан четга чиқманг, акс ҳолда мақсадга эришолмай қоласиз. Журналист шундай вазиятларда бетарафлик нуктаи-назарига амал қилиши, зинҳор-базинҳор ўзининг сиёсий қизиқишларини ошқор қилиб қўймаслиги керак. Яхшиси, муҳокама этилаётган масала бўйича икки ҳил нуктаи назар ҳолис тавсия этилса суҳбатдошга бошқача таъсир этади.

Журналист муайян тоифага мансуб шахсларда из қолдирадиган диний омилни ҳам назардан соқит қилмаслиги керак. Миллий-диний ўзига хослик, урф-одатлар ва анъаналарни, таомиллар, удумлар ва тарихий негизларни астойдил ҳимоя қилади. Журналист назарида аҳамиятсиздек бўлиб туюлган нозик фарқларга менсимай қарар экан, унинг қарашида ётсираш девори қад кўтаради.

«Бундан ҳам осони бор эканми? — деб ёзади М.Н. Ночевник ўзининг «Инсоний мулоқотлар» китобида. — Очик чехра, қўл олишиб кўришиш, маъқуллаб бош ирғаш, қулиб имо-ишоралар қилиш... хатто, шу оддийлик муносабатларда ҳам ҳеч бир қутилмаган ва кишини ранжитадиган англашилмовчиликлар бўлиши мумкин. Руслар, инглизлар, америкаликлар қўл олишиб саломлашадилар. Лапландияликлар (полинезияликлар ҳам — муаллиф изоҳи) бурунларини бурунларига теккизадилар. Самоаликлар ҳурмат билан эгилиб бир-бирларини хидлайдилар, қўлларини кўксиларига қўядилар.

Журналист нимага эришмоқчи бўлса, шунга қараб феъл-атворини белгилаши керак. Бундай ҳолларда мақсадни ишлаб чиқиш Ж.Р.Паркинсон айтганидек, «хийла мураккаб ишдир». Репортёр уни олға сураётиб айни шу чоғда, айнан шу алоқа, айни шу учрашувдан нима кутаётганини назарда тутиши лозим¹.

Аниқ хатти-ҳаракатлар, Паркинсон таъкидлаганидек, шароитга боғлиқ. Аммо мақсад моҳияти ўзгаришсиз қолаверади².

¹ Паркинсон Ж.Р. Люди делают так, как захотите Вы. 15-6.

² Ўшажойда. 16-бет.

Агар журналист аввалбошдан мулоқотнинг пировард мақсадини белгилаб олмаса, уни қандай руёбга чиқаришни билмайди. Мақсад аниқ бўлмагач, қаерда хатога йўл қўйилганини ҳам билиб бўлмайди.

Паркинсон кўпчилик (бизнинг тушунчамизда, бошловчи журналистлар) содир бўлаётган воқеадан нимани кутаётганликларини хира тасаввур қилишлари, оқибатда улар назарда тутаётган нарса эмас, буткул бошқа нарсага дуч келганликларини кўриб хафсалалари пир бўлади, деганда ҳаққир. Улар ҳовлиқиб бошлаган биринчи қадам ҳали ишнинг барбод бўлгани эмаслигини англаб етмасдан умидсизликка тушади. Тўсиқлар ишни кечиктириши, мақсадга эришиш усулларини ўзгартиришни талаб этиши мумкин. Агар уларнинг моҳиятига тушуниб етилса кийинчиликларни бартараф этиш мумкин. Шу ўринда В.В. Ученованинг «Журналистика ҳақида суҳбатлар» китобида келтирилган мисол қизиқарли ва ибратлидир. «Известия» газетасининг фан бўлими муҳаррири Б.Колтовой ўзининг — бўш-баёв мухбирнинг — машҳур олим, доно ва ҳазил-мutoйибали академик П.Капица билан муваффақиятсиз чиққан интервьюсини бир умрга эслаб қолган. Учрашиш ҳақида журналист кутганидан ҳам тезроқ келишиб олинди. Репортёр қанот қоқиб, ижодий ғайрати жўш уриб босилиб чиққанда ҳаммага манзур бўладиган, ҳамкасбларининг ижобий баҳосини оладиган материални ҳаёлидан ўтказиб дунёга машҳур физика муаммолари институтига ошиқарди... Мана, академикнинг кабинетига ҳам кириб келди.

- Ҳўш, йигитча, сизни қандай масала қизиқтиради? — ҳушмуомалалик билан сўради П.Капица, — Шошиб қўйнидан блокнот чиқарган журналистга. Меҳмон чайналиб қолди. Олдиндан аниқбелгилаб қўйилган саволлар йўқэди. Институт муаммолари қўламини журналист хира тасаввур қилар эди. Шунинг учун бир қолипдаги иборалар миясига урилди: «Қандай янгиликлар бор, шулар ҳақида гапириб берсангиз»; «Кейинги ютуқлар ҳақида гапириб берсангиз».

Академик ютуқдар ҳақида гапириб ўтормади. Ўзи билан суҳбатдоши ўртасида психологик жиҳатдан катта фарқ борлиги учун бундай қила олмас эди. Бошқа сабаблар — билим даражаси, савол қўлами, ҳаёт тажрибаси борасида ҳам фарқлар бор эди. Бироқ хоҳиш бўлса, суҳбатга олдиндан пух-

та тайёргарчилик қўрилса, бу табиий тўсиқларни бартараф этса бўларди. Буни доимо пайкаб турсаларда, ҳамиша П.Капица сингари ўз фикрларини қатъий билдирмайдилар. У учрашувга яқун ясаб: «Яна кўришгунча йигитча, бугунги сабоқ натижасиз қолмайди, деб умид қиламан, сиз тайёр бўлганингизда яна суҳбатлашамиз», деб хайрлашади.

Нобель мукофотининг совриндори, дунёга танилган олим П.Капицанинг ёш журналистга берган сабоғига амал қилиб, **тўққизинчи қондани** белгилаб қўйишимиз мумкин:

«Мақсадни аниқ англамасдан суҳбатга киришманг. Уни олдиндан пухта белгилаб олинг!»

Кейинги босқич — мақсадга элтувчи йўллар кетма-кетлигини танлашдир. Ишнинг кўнгилдагидек чиқиши учун олдиндан аниқ мақсадни белгилаб олар экансиз, баъзан муваффақиятга эришмоқ учун кўп уринишга тўғри келишини англаб қоласиз. Бундай ҳолларда Паркинсоннинг қуйидаги маслаҳатига амал қилинг:

«Кўп йўлли стратегияни яратишга жазм этиб, халқ мақолига амал қиламиз: аввал эмакламасанг, юришни ўрганмайсан. Катта мақсадларга етишиш учун кўп босқичли йўлни босиб ўтмоқ керак... Акс ҳолда муваффақият қозониб бўлмайди».¹

Қутилган натижаларга журналист бир қатор вазифаларни тўғри бажаргандагина эришмоғи мумкин. Чунончи:

1. Зарур ахборотни, ҳужжатларни ўрганиш, таҳририят почтаси, мавзулар номи, адабиётлардан (юқорида бу ҳақда айтилган эди) шунингдек, мутахассислар билан учрашувлардан тўплаш;

2. Олдинда турган суҳбат турини белгилаш. Ю.Крикуновнинг ҳисоблашича, улар тўрттадир:

1) Суҳбат — хабар. У биронта факт, ходиса ҳақида янги маълумот олиш мақсадида ўтказилади.

2) Аниқлаш мақсадидаги суҳбат. Бунда журналист илгари олинган хабарни тавсифлаштиради ёки воқеа-ходиса билан боғлиқ бўлган фактларни аниқлайди.

3) Суҳбат — фикр — мулоҳаза. Журналистни қизиқтирган муаммони ойдинлаштиришга суҳбатдошнинг фикри ёрдам беради.

¹ Паркинсон Ж. Р. Кўрсатилган китоб, 17-6.

4) Сухбат — текширув. Асосан зиддиятли вазиятда унинг ўзак бўғинини топиб, барча жихатларини аниқлаш билан боғлиқ.

Бундай сухбат тарзига танкидий материаллар тайёрлашда кўпроқ мурожаат қилишга тўғри келади.¹

Сухбатнинг мазмуни ва моҳиятига кўра **хусусий, оммавий ва махсус** турларини фарқлаш мумкин. **Хусусий** мулоқотда мавзу ва мақсад эркин бир вазиятда томонлар майлига қараб беихтиёр белгиланади. Кундалик ҳаётдаги сухбатлар шу тоифадаги мулоқот ҳисобланади. **Оммавий сухбат** эса катта аудиторияни жалб этиш мақсадида аниқ режа ва саволлар асосида ташкил этилади: мазмун ва моҳияти жихатдан ижтимоий йўналтирилган шаклий-услубий жихатдан эса андозали бўлади. Саволлар олдиндан тайёрланиб, кичикроқ аудиторияда «синаб» кўрилиши ҳам мумкин. **Сухбатнинг махсус тури** унинг аниқ бир йўналишга, мавзу ва мақсад эса тор масалага қаратилган бўлади. Ундан мақсад мутахассис — сухбатдошнинг аниқ фактлар, воқеаларга муносабати ёки баҳоси ҳақида маълумот олишдир. Журналистлар вазиятга ва ахборотнинг моҳиятига қараб, сухбатнинг бу турларидан фойдаланишлари мумкин.

Репортёрлар дастурий йўл-йўриқларни таҳририятнинг мақсад ҳамда вазифалари билан ҳам, умуман, журналистиканинг мақсад — вазифалари билан ҳам боғлиқ ҳолда идрок этишлари даркор. Улар бозор иқтисодиёти шароитидаги ижтимоий-сиёсий, миллий, диний, нуфусий, касбий ва бошқа жихатдан фарқланувчи оммавий аудиториянинг ахборотга эҳтиёжи билан белгиланади. Айни мана шу жараёнда махсус ихтисослик ва умумкасбий йўналишларнинг ўзаро алоқадорлиги ўз ифодасини топади.

Сухбатни режалаштириб олишга ҳаракат қилинг!

Сухбатдан кузатилган мақсадни белгилаш учун сухбатдош билан алоқа боғлашга қадар унинг аниқ режасини тузиб чиқиш ҳам муҳимдир. Бу сухбат вазиятини аниқлашдан бошланади. Журналист олдинроқ келгуси вазиятни ўз сценарийсида назарда тутганидек машқ қилиб кўрса дурст бўлади.

Аввал бошида сухбат қаерда — иш жойидами, жамоат қабулхонасидами, кўчадами, бир пиёла чой устидами, таҳ-

¹ Қаранг. Крикунов Ю.А. Кўрсатилган китоб. 94-б.

ририятдами ёки табиат қўйнидами ўтишини яхшилаб ўйлаб кўриш керак. Шундан кейин сухбат қандай реквизитлар — либос, мебель, диктофон, видеокамера, микрофон ва бошқа техник воситалар ёрдамида олиб боришини тайин этиб олиш керак.

Алоқа боғлашни режалаштириш сухбатнинг тахминий саволлари рўйхатини тузиб чиқишни ҳам ўз ичига олади. Тахминий дейишдан мақсад, тузилган саволларга қаттиқ ёпишиб олмаслик зарурлигини таъкидлашдир. Зеро, сухбат чоғида вазият ҳам, демак, саволлар ҳам ўзгариб кетиши мумкин. Саволлар рўйхатини тузаётганда асосий саволлар қачон берилишини (кетма-кетлигини) белгилаб қўйиш муҳимдир. Хоҳ ватандош, хоҳ хорижий бўлсин, репортёрларнинг кўпчилиги «Сухбатга тайёрланиш керакми?» деган саволга «Ҳа, тайёрланиш керак» деб жавоб беришади. Бирок, сир эмас, тажрибасиз ходимлар сухбатлашишга отланар эканлар, кўпинча ўзларининг билимдонликлари, одамлар билан тил топа олишларига умид қиладилар, вазиятдан келиб чиқиб иш юритиш салоҳиятига ортиқча ишонадилар. Бундай манманлик, одатда, кишига панд бериб қўяди.

Сухбатга тайёргарликнинг асосий босқичлари сухбат мавзусини ва мақсадини белгилаш, сухбатдошни танлаш ва уни ўрганиш, савол-жавоб жараёнининг тахминий тарихини белгилаб олиш, вазиятга қараб иш тутиш тамойилларини ўйлаб кўриш кабилардан иборат.

Долзарб мавзунини танлаш унинг қўламини, узатиш усулини газета, теле-радио ахбороти учун мувофиқлаштиришни, унинг асосий жихатларини, вазифаларини ҳам ўз ичига олади. Саволлар изчиллиги ва аҳамияти мана шу асосда тайин этилади.

Учрашувга тайёргарлик кўришда керакли саволларни танлаш, уларнинг аҳамияти ва кетма-кетлигини белгилаш асосий вазифадир. Уларни белгилаш умуман журналист чиқишининг муваффақиятини таъминлайдиган масъулиятли палладир. Саволлар сони сухбатнинг йўналиши, керакли маълумот ҳажми, мулоқотга ажратилган вақтга боғлиқ бўлади. Улар қиска, аниқ, тушунарли бўлиши, мавҳумлик, дудмолликдан холи, «ха», «йўқ» каби қиска жавобларга йўл қўймайдиган бўлиши керак. Уларни оддийликдан мурак-

кабликка ўсиб борадиган йўсинда тузиш лозим. Энг мураккаб саволлар жавоб бераётган киши суҳбатга тўлиқ киришганда берилади. Агар савол мураккаб ёки тафсилотли жавобни талаб қилса, уни бир нечта мустақил саволларга бўлиб чиққан маъқулроқ. Жавоби турли воқеаларга оид хабарларни бирлаштирувчи саволларни бермаслик керак. Жавоби ўзида бўлган саволлардан сакланиш керак. Мавзудан четлашишга олиб келадиган саволларга асло йўл қўйиб бўлмайди.

Диккат билан ҳар бир саволнинг услубига сайқал бериш, бир қолипдаги, кенг тарқалган ифодаларни ишлатмаслик керак. Уларга дарҳол бир қолипдаги жавобни олаверасиз. Саволларни бир хил сўзлар билан бошламаслик керак, акс ҳолда шеригингизнинг суҳбатга бўлган қизиқиши тезда сусаяди. Кенг аудиторияга тушунарсиз бўлган махсус терминларни ишлатмасангиз яхши бўлади. Саволларда кимнингдир мақсадлари, баҳо берувчи мулоҳазалари сезилмасин. Улар жавоб берувчи шахсга кучли таъсир этиб ўз домига тортади ва натижада мулоқотнинг асосий моҳияти — шахснинг мустақил фикри йўқка чиқади.

Агар суҳбат давомида мавзунинг қизиқ жиҳатлари очилиб, муҳбир янги йўналишда гаплашишни давом эттириш зарур, деб ҳисобласа, режалаштирилмаган жиҳатларни очиб берувчи саволларни топади. Уларни олдиндан назарда тутиш қийин бўлади. Бу ерда ҳамма нарса савол берувчининг қобилиятига, шароитни тушунишига, янги ахборотни баҳолай олишига боғлиқ. Саволлар суҳбатдошга олдиндан ёзма ҳолда ёки телефон орқали берилиши мумкин. У ҳам худди шу йўл билан уларга жавоб беришга ҳақлидир.

Суҳбатга тайёргарлик жараёнида ҳар бир савол устида катта масъулият билан ўилаб кўриш керак бўлади.

Суҳбатдош билан нима ҳақида ва қандай гаплашиш мумкин?

Журналист айнан ўзининг учрашув ташаббуси билан чиқаётганини унутишга ҳақки йўқ. У мулоқот ташаббускори сифатида суҳбатнинг кечишини ва мазмунли бўлишини бошқариб боради. Бироқ бу ўз нуктаи назарини тикиштириш дегани эмас. Шунингдек, у панд-насихат қилишга ҳам, ҳукм

ўтказиш ва талабчанликка ҳам йўл қўймаслиги керак. Суҳбат аввалида мазкур мулоқотнинг ташкил этилиш сабабини, муштарийлар, томошабинлар ёки тингловчилар учун фойдали эканлигини маълум қилиш мақсадга мувофиқдир.

Агар учрашув чоғида суҳбатдошининг жавоби журналистни қониқтирмаса, қўшимча саволлар бериш мумкин. Кўп савол беришдан тийилиш керак, чунки ахборот манбаи бўлган шахсни ҳам, ўқувчиларни ҳам толиктириб қўйиш, асосий мавзунини тўла очиб бермаслик мумкин.

Мулоқот жараёнида суҳбатнинг боришига кучли таъсир этадиган омиллар — жонли гаплашиш, гап оҳанги, ижобий ёки салбий ҳис-туйғулар, мимика, хатти-ҳаракатлар бўлади. Буларнинг ҳаммаси ҳисобга олинishi керак.

Учрашув пайтида репортёрнинг суҳбатдошни кузатиши, муҳим саволларга муносабатини назорат қилиши аудитория учун тўлиқроқ ахборот узатиш мақсадида амалга оширилади. Бу суҳбатнинг боришига маълум ўзгартиришлар киритишни тақозо этади. Айни шу жараёнда репортёр маҳорати намоён бўлади.

Мулоқот чоғида журналист ва унинг суҳбатдоши ўртасида турлича қарашлар пайдо бўлиши мумкин. Бундай вазиятда журналист ён бериб, ҳиссиётга берилмагани, баҳсга киришмагани маъқул. Унинг вазифаси суҳбат охиригача ҳолислик ва хайрихоҳлик руҳини сақлаб қолишдир. Баъзан аксинча ҳам бўлади: суҳбатдош муҳбирга мослашиб, «тўғри» жавоблар топишга ҳаракат қилади. Журналист ҳақиқатдан йироқ бўлган жавобни сезиши билан суҳбат йўналишини ўзгартириши ёки суҳбатдошини одоб билан тўхтатиши керак.

Тўғридан-тўғри савол воқеа ёки ходисани кўрган ё қатнашчиси бўлган шахс у билан очикчасига гаплашиш, ўзига маълум бўлган нарсалар ҳақида тўла маълумотлар беришга шайланганига журналист ишонч ҳосил қилгандагина ўринлидир. Бундай саволлар одатда тағмаъноли бўлмайди, жавобларда ҳам майда-чуйда тафсилотларга ўрин қолмайди. «ПрессТИЖ» ҳафтаномазининг муҳбири Й.Комиловнинг Ҳиндистон ва Хитойга отланган ўзбек велосипедчиси Мурод Қосимов билан 2000 йил 24 августда босилиб чиққан суҳбатидан парча келтирамиз:

«– Мурод ака, ҳозиргина «Пресс ТИЖ»га миниб келган шу велосипедда саёҳатга чиқмоқчимисиз?»

– Ҳа, шундай.

– Ташқи кўринишидан, унга осиб қўйилган турли сумкаларни ҳисобга олмаганда, оддий велосипеддан мутлақо фарқ қилмайди.

– Шунга қарамай фарқи бор. Бу велосипеднинг рамаси кучайтирилган, орқа вилка қуввати оширилган, асосан конструкция мустаҳкамлигини ошириш билан боғлиқ бошқа таконмилликлар ҳам бор. Велосипед «Олимп» ўзбек — америка қўшма корхонасида яратилган.

– Шундай қилиб сиз бутун Буюк ипак йўлини велосипедда босиб ўтган куррамиздаги биринчи киши бўласиз. Бу Гиннес рекордлар китобида муносиб факт.

– Гап рекордлар китобида эмас. Марафон роппа-роса бир йил давом этади. Унинг бошланишини юртим мустақиллигининг тўққиз йиллик, тугашини эса ўн йиллик юбилейига бағишламоқчиман.

Саволлар ҳам ҳар хил бўлади!

Фаолият тури сифатида суҳбатнинг ҳам хилма-хил турларини фарқлаш мумкин. Репортёр суҳбати аудитория учун муайян билим ёки ахборотни олишга йўналтирилган бўлади. Шу боис унинг ижтимоий қиймати ва вазифаларига алоҳида талаблар қўйилади.

Мулоқотдошларнинг мақсади интилишларидаги яқдиллиги, ҳамкорлиги, ўзаро муносабатларининг уйғунлиги даражасидаги мезонларга қараб, 1) яқдил суҳбат, 2) баҳсли суҳбат, 3) мутаносиб ва 4) номутаносиб суҳбат турларини ажратиш мумкин. Репортёр аудитория билан ахборот манбаи бўлган суҳбатдош ўртасидаги холис воситачи мақомида намоён бўлиши лозим. Бинобарин, унга суҳбатнинг умумий ҳамкорликка асосланган яқдил ва мутаносиб (тенг ҳуқуқли, тенг мақоми) туридан фойдаланиш катта имкониятлар яратиш беради: суҳбатдоши билан тил топишга мувофиқ бўлади.

Суҳбатдош билан тил топишиш, аввало, репортёрнинг ўз мулоқотдошига муносабати, муомаласи билан ижобий таъсир ўтказишдан бошланади. Савол ва лўкмаларининг

мазмуний ва ахлоқий жиҳатлари алоҳида аҳамият касб этади. Бундай вазиятга эришиш ахли суҳбат одоби ва қоидаларига риоя қилиш билан бевосита боғлиқ. Муҳаммад Содик Қошғарий ўзининг «Одоб ос-солиҳин» номли китобида суҳбат одобларини тўрт фаслга ажратиш баён қилади: «учинчи фасл ахли суҳбатга лозим нимарсалар баёнидаким ўттиз икки одобдир» деб кўрсатади. Бу одоб қоидалар бугун қунимиз учун ҳам ўз аҳамиятини йўқотган эмас. Зеро, савол бериш одоби суҳбатнинг муваффақиятли ўтишини таъминлайди. «Саволига қараб жавоби», «Аччиқ савол бериш ширин жавоб кутма» дейилади халқ мақолларида.

Суҳбатнинг мақсади саволларда тайин этилади. Саволдан мақсад эса турфа хил бўлиши мумкин: тўғри, жўяли, мантиқли саволлар, кинояли, қаҳрли, камситувчи саволлар, фитнакор, «коса тагида нимкоса бор» хилидаги саволлар, беадаб ёки боадаб саволлар..., буларнинг тури ва хиллари бисёр.

Саволнинг моҳияти жавоб талаб қилишдадир. Репортёр одатда муайян нарсани, ходисани тушунишга, у ҳақда маълумот олишга ёки шарҳлашга йўналтирилган саволлар тизимига мурожаат қилади. Бинобарин, журналист саволи ёки лўкмаси жавобнинг мазмунинигина эмас, унинг ифодаланиш тарзини ҳам, услуби ва оҳангини ҳам белгилаш беради. Саволларнинг мантиқий моҳияти, мазмуний ҳажми, муомалалиги жавобнинг мазмунида, ифодаланиш тарзида ўз аксини топади. Шуни ҳам таъкидлаш керакки, савол бериш воситалари, турлари ҳам, уларнинг вазиятга қараб турфа хил ўзгаришларга учраши ҳам репортёрга кенг имкониятлар беради. Айни пайтда бир саволга турлича жавоб олиш ҳоллари ҳам мавжуд. Буларнинг барчаси, репортёрдан савол турлари, уларнинг ўзига хос жиҳатлари ҳақида маълум тасаввурга эга бўлишни талаб қилади. Шундан келиб чикиб саволларнинг баъзи турларига мухтасар тавсиф берилди.

Билвосита савол. Мулоқот пайтида журналист респондентнинг гаплари самимийлигига шубҳаланганда бундай саволдан фойдаланиш мумкин. Муаллифлардан бири ўзининг келажакдаги лавҳалари қаҳрамонлари ҳақида материаллар тўплашда билвосита саволларга тез-тез мурожаат

килган. У, жумладан, пировард мақсадини сир тутиб, қаҳрамонининг танишлари ва ҳамкасбларидан оғзаки равишда қиёфасини чизиб беришни сўраган. Шунда кўпинча номақбул тавсифлар оларди: «Э, қуруқ савлатку», «манман у», «у ҳақида гапиришга ҳушим йўқ», «яхшиси бошқа одамга мурожаат қилиб кўринг». Бундай жавоблар муаллифни ўз қаҳрамонини асоссиз кўтар-кўтар қилиб, материаллар тайёрлаб чоп этишдан сақлаб қолганини гапириб ўтирмаса ҳам бўлади.

Репортёрнинг профессионал мулоқотида **мантиққа зид саволлар** алоҳида ажралиб туради. Бундай саволларнинг мавжудлигини ҳамма кекса репортёрлар ҳам, бошловчи репортёрлар ҳам билишади. Бироқулардан муваффақиятли фойдаланиш маҳорати ҳаммага ҳам насиб этавермайди.

Мисол келтириб буни изоҳлаймиз. Бир куни Ўзбекистон ёшлар газетасининг журналисти «Журналистик ижод жараёнида мулоқот» мавзусидаги диплом иши муаллифи талаба Н.Шомуротовага хижолатга қўядиган вазият ҳақида сўзлаб берган эди: «Таниқли сувости денгизчиси билан суҳбат давом этарди. Гап ҳаётнинг маъноси, дақиқаларининг қимматига бориб тақалади. Журналист кутилмаганда: «Агар беш дақиқалик ҳаётингиз қолган бўлса, уни қандай ўтказар эдингиз?» деб сўраб қолди. Ноилож қолган суҳбатдош қарши савол билан жавоб берди: «Қаерда? Ердами, сув остидами?» Суҳбат шартта тўхтади, қолди. Суҳбатдош уни давом эттиришга ожизлик қилди»

Мантиққа зид савол умуман олганда респондентни ўз холига қўймаслик учун сийқаси чиққан саволлардан чекинишга уринишнинг натижасидир. Шу маънода Д.Рэндалл қатъийдир. У очикдан-очик бир қолипдаги саволларни бермасликка чакиради ва буни шундай тушунтиради: «Бирон фожеани бошидан кечирган одамдан «Нимани ҳис этгансиз?» деб сўрамоқ чайналган жавобга талабгорлик, ҳатто, бирон-бир саволга жавоб беришдан қатъий бош тортишга эришмоқ демакдир. Агар одамлар авиация ҳалокатида яқкаю-ягона ўғилларидан жудо бўлган бўлсалар, улардан қандай ҳисларни кутишингиз мумкин?...»¹

Ўзбекистон журналистлари ҳам бундан истисно эмас. Улар кўпчилик одамларнинг ўз режалари ҳақида гапириш-

ни истамасликларига қарамай, кўчадаги йўловчиларни тўхтатиб, «Келажакдаги орзуларингиз ҳақида гапириб берсангиз», «Сиз рашкка қандай қарайсиз», «Оилада ким етакчи, сизми, турмуш ўртоғингизми?» сингари бачкана саволлар беришдан чарчамайдилар Журналистлар чет эллик меҳмонлардан, деярли барча ҳолларда тошкентликлар (ёки ўзбекистонликлар, Ўзбекистон (ёки Тошкент) ҳақидаги мулоҳазаларини, таассуротларини сўрашади. Бу саволларга аксарият ҳолларда Тошкент ва тошкентликлар (яна бир варианты: Ўзбекистон ва ўзбекистонликлар) менда катта таассурот қолдирди. Уларнинг дўстлиги ва меҳмоннавозлиги кишини қойил қолдиради!» қабилдаги анъанавий жавобни оладилар. Бу ерда ҳаммаси тушунарли. Таомилга кўра шундай жавоб бериш жоиздир. Бу тарбия кўрган ҳар бир маданиятли инсоннинг жавобидир. Бундай ҳоллар журналист савияси даражасини, унинг ўз вазифаларига юзаки муносабатда бўлишининг оқибатидир. Уларни суҳбатдошларининг келажакда қизиқтиради ҳам дейлик, у ҳолда ўз қизиқишларини суҳбатдошнинг фикрига тесқари — мантикий зид савол шаклида билдирсалар бўлмайдими? «Гап йўқ, сиз юксак чўққиларни забт этгансиз. Кўплар сизга ҳавас қилса арзийди. Энди хизматлар ёвазига қачли равишда дам олиш даври келмадими?» Келажак ўй-ниятлари ҳақида шу йўсинда тузилган савол суҳбатдошнинг ҳис-туйғуларини жўш урдириб таажжубга солади:

«Нималар деяпсиз? Олдинда ҳали қанча юмушлар турганини биласизми?...» Энди қаҳрамонни тўхтатиш қийин бўлади.

Йўналирувчи савол. Журналист тахминан ўнтадан тўққизта ҳолатда шундай саволга мурожаат қилади. Турли сабабларга кўра суҳбатдош унга таклиф этилган мавзудан четга чиқади. Албатта, четга чиқишлар баъзан мазмунли ва қизиқарли бўлиши, кенг аудиторияга маъқул келиши мумкин. Агар журналист уларни мантиқан мулоқотнинг ўзак ғояси билан боғлай олса, нур устига аъло нур бўлади.

Бироқ тўғридан-тўғри телевизион ёки радио алоқаси ҳақида гап борса ўша заҳоти боғлаб турувчи бўғинни топиш қийин бўлади. Газета ва журнал ижодий ходимларга ҳам бир лаҳзада ўринли диққат-эътибор кам насиб этади. Шунинг учун ҳам алоқанинг ташаббускори сифатида жур-

¹ Рэндалл Д. Универсальный журналист. 70-6.

налистга суҳбатни назорат қилиб туришга, одоб билан уни керакли йўлга йўналтиришга тўғри келади. Бундан, муаллиф хабари ҳам, оммавий аудитория ҳам, муҳокама этилаётган муаммо моҳиятини оммага етказа олган суҳбатдош ҳам ютади.

Бахтга қарши бунга осонликча эришиб бўлмайди. Масалан, "Народное слово" газетасининг 1999 йил 24 июль соҳиба мухбир Х. Аминовнинг Молия вазирлиги қошидаги монополиядан чиқариш ва рақобатни ривожлантириш бўйича Қўмитасининг рақобат сиёсати бошқарувининг бошлиғи В. Дубровская билан суҳбати эълон қилинган. У корхона эгалари ва истеъмолчиларнинг ўзаро муносабатларига бағишланган. Репортёрнинг аён рақобатчилар билан тўқнаш келмайдиган табиий монополиялар бозорда ўз ҳукмларини ўтказишлари мумкин, деган фикрига В. Дубровская эътироз билдириб, табиий монополистлар "ўзим хон-қўланкам майдон" қабилида иш тута олмайдилар. Истеъмолчилар ҳуқуқларини ҳимоя қиладиган, уларни тартибга соладиган давлат тизимлари бор, деб тушунтиради. Бундай бошқарувнинг асосий жиҳатларини санаб кетади. Муаллиф йўналтирувчи саволини беради: "Валентина Константиновна, барибир, баъзан табиий монополистларнинг маҳсулотлар ва хизматларга асоссиз равишда нархни кўтариб юборишларига дуч келишимиз сир эмаску. Тез-тез учраб турадиган бир ҳолат: истеъмолчи коммунал хизмат ёки алоқа учун ҳақ тўлашга келди дейлик. Ҳазинага яқинлашгандагина ҳақ тарифлари ўзгарганидан хабар топади. Бу ҳам камлик қилгандек нарх-наво кўтарилишининг қонунийлигини исботловчи ҳаммабоп ахборотни ҳам олиш мумкин".

В. Дубровская амалда монополистларнинг товарлар ва хизматлар нархини оширган вақтлари бўлганлигини эътироф этади. Мисол тариқасида монополиядан чиқариш ва рақобатни ривожлантириш бўйича Қўмита почта ва телекоммуникация тизимида айрим почта хизматлари ва шахарлараро телефон билан гаплашиш тарифларини сунъий равишда ошириб, тартибни бузганликларини аниқланганини айтиб ўтади.

Умуман, кўпроқ иқтисодий тушунчалар билан тўлиб тошган В. Дубровская тилининг оғирлигини ҳисобга олмганда суҳбат самарали бўлган, деб таъкидлаш мумкин. Бун-

га журналист йўналтирувчи саволларни ўрнига қўйиб ишлатгани туфайли эришилган.

Газета саҳифасида эълон қилинган мазкур материал муаммоли вазият ва ҳодисаларни муҳокама қилиш жараёнида журналистнинг аниқ мақсад ва изчиллик билан респондентни йўналтирувчи савол билан суҳбатнинг асосий мавзусига қайтариб бош фикрдан қалғитмаслигига яхши мисол бўла олади.

Йўналтирувчи саволнинг турларидан бири **гапни кесиб савол бермоқдир**. Репортёр ундан ҳамиша унумли фойдаланишга ҳаракат қилмоғи лозим. Унинг ёрдамида интервью олувчи суҳбатда ташаббусни қўлдан чиқармайди, уни назорат қилиб тура олади, мулоқотнинг ўзига мақбул тарзда давом этишига мувофиқ бўлади. Гапни бўлиб савол бериш суҳбатнинг эркин кечиши, жонли чиқиши, суҳбатдошлар ўзларини эркин тутишлари учун ҳам керак. Репортёр респондентнинг ўтлаб кетаётгани ёки тафсилотларга берилиб кетаётганини сезганда ҳам жуда қўл келади. Бундай савол респондентга суҳбат мавзусини яхши биладиган, ҳақиқатдан ҳам унга қизиқадиган инсон ўтирганини тушуниб етишига ёрдам бериши билан ҳам аҳамиятлидир. Бироқ суҳбатнинг жонли, таъсирчан чиқиши учун бундай саволлар ўринли бўлса-да, суҳбатдошингиз буни ҳамиша тўғри тушунавермайди. Кундалик ҳаётда, вақт белгилаб, чегаралаб қўйилмаган бўлса, суҳбатдошнинг гапини бўлмаган яхши. Кимгадир сўз чекланган, суҳбат мавзусини яхшироқ билгандек туюлсангиз ҳам парво қилманг. Лоақал вақтни хушхол ўтказиш қоидаси бунга йўл қўяди. Бундан ташқари "гапни бўлма" ибораси охир-оқибатда тарбия қўрган, зиёли, маданиятли инсон имиджини яратишга хизмат қиладди. Репортёрнинг фаолиятида эса вақт чекланган. Суҳбат мақсади ва вазифалари билан ҳам чегараланган. Бундай чеклашлар репортёрни суҳбатдошнинг гапини бўлишга мажбур қилиб қўяди, журналист фаолиятининг қоидалари шундай. Худди шу қоидалар репортёрлар орасида гапни вақтида кесиб, мохирлик билан суҳбат олиб боровчиларни етиштириб чиқарган. Топиб айтилган лўкма, фикр билан улар гапни ўз йўлига солиб юборадилар ва суҳбатдошларида оммавий аудиториянинг ҳавф бўлишига ўрин қолдирмайдилар. Шундай мохир журналистлар қаторига В.

Познерни ("Замоналар ва биз" кўрсатуви) киритиш мумкин. Кўпчилик репортёрларга эса хушмуомалалик, уддабуронлик, эпчиллик етишмайди ва натижада кўполлик, беодоблик, охиригача эшитмасликка йўл қўйиб, кўрслик, захархандалик даражасигача бориб етадилар. Ўз вазифасини чуқур тушуниб етмаган репортёрларни ҳам учратиш мумкин. Демокчимизки, улар суҳбатдошларига тергов остидаги кишига қарагандек саволга тутадилар. Улар суҳбатдошни истаган пайтда тўхтатиш мумкин, деб ҳисоблайдилар, гўё ҳеч ким уларнинг жиловини тортишга журъат этолмайдигандек.

Шубҳали савол. Репортёрнинг мулоқот чоғида "демак, хавфсирашлар бекор экан-да? "Нахотки, ҳаммаси шу қадар жиддий бўлса?", "Демак, бизнинг ... деб қутганларимиз фойдасиз эканда?" "Бундан келиб чиқишича пул яна кадр-сизланар экан-да" ва бошқа шубҳа уйғотувчи саволларга ўрин ажратилиши бежиз эмас. Бундай саволлар суҳбатга жон киритади, репортёрнинг янада тўлароқ маълумот, факт ва далилларни қўлга киритишга, мураккаб сиёсий, иқтисодий ва ижтимоий жараёнларни англаб етишига ёрдам беради.

Таъсирли (ҳиссиётли) савол. Суҳбатдошни унинг кайфиятини қўллаб-қувватлаш, руҳини зўриқишдан халос этиш мақсадида берилади. Масалан, ҳайрат саволи: "Шундай денг-а?", ажабланиш саволи "Нахотки, ростдан-а?", қаҳр-ғазаб билан сўраш "Бундай бўлиши мумкинми, ахир?", "Қандай қилиб, ишониш қийин" кабилар.

Шахсий савол. Ғарбда аллақачонлардан буён, бизда эса кейинги йилларда шахсий саволлар алоҳида аҳамият касб этди. Бу, аввало, томошабинлар, ўқувчилар, тингловчиларнинг эътиборини қозониш, ахборот саноати ҳамда бозорининг ривожига билан боғлиқ. Бу ерда ахборотни бир андозага солиш жараёнининг таъсири ҳам бор. В. Демин рус ёзувчиси В. Распутин билан суҳбатда "Журналист" журналида ўзининг Г.Г. Маркес билан учрашувларини эслаб: Маркес яқинда мамлакатимизга келганда бутун дунё журналистлари келишиб олгандек, бир хил савол беришларидан таажубланганини айтган эди. Ҳамма жойда ундан факат битта нарса ҳақида сўрашган. Бу, аввало, унинг шахсига оид саволлар бўлган, деб таъкидлайди.

"Даракчи" ҳафтаномасининг 2000 йил 17 август сониди эстрада хонандаси Озода Нурсайдова билан қилинган "миш-мишларга эътирозим йўқ" сарлавҳали суҳбат чоп этилган. Унда журналист Н.Носировнинг суҳбатдошига берган сўнгги икки саволи хонанданинг шахсий ҳаётига дахлдор. Мана улар: — Озодахон, миш-мишларга кўра, турмушга чиқаётган экансиз? Агар, сир бўлмаса шу тўғрида, қуёв бола ҳақида маълумот...

Суҳбатдош эса биров хижолатомуз оҳангда баъзи умумий гаплардан сўнг «Тақдир, дея пешонага битилганини қутиб турибман» дея жавоб беради. Лекин журналист бу жавобдаги нозик туйғуни тушунмаган чоғи яна сўрайди:

— Ёки сиз ҳам эртақлардагидек буюк шахзодаларни қутаяпсизми? — «Мабодо шундай бўлса ҳам орзуга айб йўқ» деган жавобни олади. Журналист бу икки саволнинг «Ёшингиз ҳам ўтиб бораяпти» деган сўзларни бот-бот эшитиб келаётган суҳбатдош кўнглига оғир ботиши ҳақида ўйлаб ҳам кўрмаган, акс ҳолда уларни бермаган бўларди.

Булар, шубҳасиз, оғир саволлар. Уларни белгилаш осон эмас, чунки репортёр инсоннинг энг нозик дунёсига, онгининг сирли ҳудудларига қадам қўйгандек бўлади. М.Н. Шостак бу ҳақда шундай дейди: "Ҳатто, тажрибали репортёрлар ҳам онадан унинг ўғли қандай ўлдирилгани ҳақида сўрашга чўчийдилар ёки журналист ҳукумат амалдорларидан унинг молиявий жиноятга қўл ургани ҳақидаги миш-мишлар тўғрими деб сўрашга ботина олмайди. Бундай саволларни мулоимлик билан, бироқ етарли даражада каттиқтуриб бериш керак".

М.И.Шостак ноқулай вазиятга тушиб қолмаслик учун репортёрларга шундай маслаҳат беради: "...уларни (шахсий саволларни) дастлабки тайёргарлик пайтида уйда пухта белгилаб олиш; суҳбатдоши феъл-атворининг ўзига хос жиҳатларини ўрганиш; тасодифий, эркин шароитда гаплашиб олиш имкони бўлса, бундан фойдаланиш; суҳбатдош безовта бўлмаса, ўзини эркин хотиржам тутса, саволларга тўлиқроқ жавоб беради; суҳбат бошида умумий саволлар бериб (об-ҳаво ҳақида гаплашиш мумкин), суҳбатдош билан ўзаро муносабатлардаги ётсирашни дарҳол бартараф этишга ҳаракат қилиш; суҳбатдошнинг камера ёки микрофондан диққатини бошқа томонга буриш; блокнотдаги ёзув-

ни аниқлаш ҳаракатида суҳбатдошнинг диққатини бўлмаслик".¹

Аниқловчи савол. Йўналтирувчи саволлар билан бирга аниқловчи саволлар ҳам муҳим аҳамиятга эга. Уларга "Нима учун?", "Яъни?" кабилидаги саволларни киритиш мумкин. Кейингисини универсал характерга эга бўлган аниқловчи саволлар сирасига мансуб. ОАВ ижодий ходимлари бу саволларни одатда бермасликка ҳаракат қиладилар. Афтидан, улар оддий, гўл одам бўлиб қўринишни истамайдилар. Ҳақиқатда эса "нима учун?", "яъни?" саволлари журналист суҳбатлашаётган одамларнинг фикрлашини кучайтиради. Бу саволлар суҳбатдошларни воқеа, амалга оширилган иш ва кашфийётларнинг ўзаро боғлиқлигини очиб берувчи таҳлилга ундайди. Аниқловчи саволнинг турларидан бири суҳбатдошнинг охириги сўзларини сўроқ оҳангида такрорлашдир. Журналист Тўхтамурод Тошев "Само лочини" сарлавҳали суҳбатида ("Тошкент окшоми") суҳбатдошнинг "Хўжалик ишлари ҳам алоҳида масъулият ва сайёҳи ҳаракатни талаб қилади" деган сўзлардан сўнг: «Хўжалик ишлари деганингизга ёдимга тушди. Корхонангиз хусусийлаштирилганми ё йўқми?» саволини беради ва реципиент учун муҳим бир жиҳатини аниқлаштириб олади. Аниқловчи саволлар реципиент маъноси оммавий аудиторияга тушунарли бўлмаган илмий лексикада, тор касбий терминлар ёрдамида сўзлашга ўтганида қўпроқ ишга солинади. Масалан, "Аргументн и фактн" газетасида босилган таникли кинорежиссер Ф.А. Герман билан суҳбатда муҳбир суҳбатдош унинг учун онг даҳшатли кун шанба ва якшанба эканлигини гапираётган дақиқада аниқловчи саволни беради. "Фожианинг ўзгинаси. Мен ишламасдан бекор ўтира олмайман. Ўз вақтида биз қўп сценарийлар ёзганмиз. Улар асосида фильмлар яратилган, гарчи менинг имзо чекишим тақиқланган бўлса ҳам.

- Ким тақиқлаган?
- Давлат кино идораси .."

Алоқа боғловчи савол. Суҳбатдош эътиборини ўзига жалб этишга ёрдам берувчи луқмалар, мурожаат алоқани таъминлашга хизмат қилади. Улардан кузатилган мақсад реципиент билан алоқани йўлга қўйиш ва уни кўнгилдагидек бошқа-

¹ Шостак М.И. Репортёр: профессионализм и этика. М, 2001, 90-6

риб туришдир. Мурожаат (контакт) саволлари моҳияти ва уларнинг оҳанги қўпинча мулоқотнинг "иқлими"ни белгилайди. Суҳбатдошга II шахс феъл шакллари, мурожаат ифодалар, кириш иборалар иштирокида савол бериш суҳбатдаги ҳамкорликни, ўзаро муносабатларни таъкидлаб туришга, шахс эътиборини репортёрнинг ўзича суҳбат мавзусига фошлаштиришга имкон беради. Журналист Н.Бобоевнинг тележурналист С.Алижонов билан қилган суҳбатида («Даракчи», 2000 й. 17 август) берилган ушбу саволлар суҳбатдош диққатини фоллаштиришга қаратилган:

- Сиз эътироф этадиган ва сизни кониктирмайдиган ҳолатлар?

- Сизнинг кўнглингизга йўл топиш... осонми?

- Яна нималардир демокчисиз, шекилли?

Суҳбатдошнинг Чалкаш, ифодасиз ё мужмал жавобини юзига солманг. Яхшиси жавобни тушунмаганингизни айтиб кечирим сўраб, аниқловчи савол беринг.

Журналист ҳақиқатан ҳам суҳбатдошнинг жавобларида бирор нарсани тушунмай қолса, унинг фикрларидан ноизчилликни ёки сохталикни сезса, шундай йўл тутади. Бундай вазиятларда аниқловчи савол фикрни ривожлантиришга ёки мунозарали масалаларни тушунтиришга қаратилган бўлади. Олим, мутахассис билан гаплашганда, унинг баъзи фикрлари муносабати билан ундан тушунтиришлар беришини сўрашдан уялмаслик керак. Масалан: "Буни оддий сўзлар билан тушунтириб берсангиз" Мисол (ёки такқослаш) келтирса бўлмайдами? Муаммони кўриб чиқишдаги аниқ тадрижийлик қандай? Айтилган фикрнинг аҳамияти нимада?" кабилар.

Тўлдирувчи савол. Репортёр бундай саволларга тез-тез мурожаат қилиб туради. Бу суҳбатдошдан бор маълумотни олиш учун зарурдир. Тадбиркорнинг ҳам, давлат хизматчисининг ҳам, фан арбоби, кўриқлаш тизими вакили, машхур спортчиларнинг тренерлари, қўйингки, ҳар қандай мутахассиснинг бошқалардан сир тутган нарсаси бўлади. Ҳаётда шундай ҳоллар ҳам бўладики, кишилар улар ҳақида оғиз очмасликни афзал қўришади. Мисолларга мурожаат қилайлик. 1974 йилда Куба пойтахти Гаванада ўтказилган бокс бўйича биринчи жаҳон чемпионатида ярим финал учрашувда ўзбек боксчиси Р. Рискиевнинг ўнг қўл бармоқлари жаро-

хатланди. Табиийки, бармоқлар шишиб кетди ва спортчи ўзини қўлга олиб, оғрикка бардош бериб финал жангига чикди. Терма команда бу фактни ҳеч кимга ошкор қилмадилар, гарчи ОАВда жароҳат олганлиги ҳақидаги хабар ўтиб кетган бўлса-да. Машҳур ўзбек боксчисининг ҳайбатли рақиб билан финалдаги учрашувнинг тафсилотига берилмасдан шуни қайд этиш керак-ки, азоб берувчи жароҳатга қарамай у ғалабага эришди, фақат Ўзбекистондагина эмас, СССРда ҳам биринчи жаҳон чемпиони бўлди. Куба раҳбари Ф.Кастро боксчига катта муваффақиятни қўлга киритишда ёрдам берган фавқуллодда ирода кучини назардатутиб уни "Мазандарон йўлбарси" деб атади. Бундай ғайриоддий вазиятда боксчининг қўли жароҳатлангани ҳақида гап кетганда тўлдирувчи савол репортёрга ёрдам бериши амримаҳол эди. Эҳтимол, у ким биландир учрашган, мулоқотда бўлиб жавоб олган бўлса бордир, аммо матбуот учун эмас.

Касбий одоб-ахлоқ нуқтаи-назаридан фактни бу ҳилда яшириш ўзини оқлайди. Мазкур вазиятда бармоқлар шишгани фактининг сир тутилганилиги спортчининг шахсий ҳаётига аралаштириш деб тушуниш мумкин. Спорт ҳам ҳаёт сингари тескари томонлардан холи эмас. Бу жиҳати билан оммавий аудиторияда бениҳоя катта қизиқиш уйғотади. Булар оғрик қолдирадиган дориларни қонунсиз ишлатиш, ҳакамларни сотиб олиш, келишилган яккама-якка жанглар ва ҳоказо.

Бундай фактлар ҳақидаги янгиликлар жамоатчиликка катта таъсир ўтказди. Ана шу руҳдаги фактлар ошкор қилишда **тўлдирувчи саволлардан** фойдаланиш мумкин. Депутатлар, конгрессменларга долзарб масалалар бўйича ўз муносабатларини ойдинлаштиришлари учун янада аниқроқ жавобни талаб қиладиган қўшимча савол бериш мақсадга мувофиқдир. Репортёрлар интервью бераётган шахс мужмал, қасддан ноаниқ жавоб бераётган ҳолларда ҳам қўшимча саволга мурожаат қилиши мумкин. Мақсад ахборот ошкоралиги чегарасини кенгайтирувчи тўлиқроқ маълумотларни олишдир. Юқорида номи тилга олинган москвалик тадқиқотчи М.Н. Шостак қўшимча саволни **қолгани, етмагани, камини сўраш**, деб тавсифлайди ва интервью олувчи жавобдан қониқмаса, ўша захоти савол бериши шарт эмас, деб ҳисоблайди.

Ҳақиқатан ҳам, тузатиш киритувчи қўшимча саволлар журналист томонидан ҳаёлан тайёрланади (ёки унинг блокнотида пайдо бўлади) ва суҳбат давомида, қулай пайтда ишга солинади.

Қўшимча савол асосан қуйидаги ҳолатларда зарур бўлади:

- манба тўлиқ ёки етарли аниқ жавоб бермаганда;
- бажонидил жавоб бермоқчи бўлса-да уни ифода эта олмаса;
- суҳбатдош саволни тушунмаса ё унинг моҳиятини англамаса;
- изчилликдан чекиниб, бир фикрдан иккинчисига сакрайверса;
- у бир амаллаб жавоб беришга уринаётган бўлса-ю, лекин асосли жавоб беролмаса;
- жавоб беришдан ўзини олиб қочса;
- савол мазмунини ўзига мослаб талқин этса (бошқа саволга жавоб берса, айният қонунини бузса.)

Шундай қилиб **ўнингчи қоида: "Суҳбатни олдиндан режалаштиринг! Саволларнинг тури, вазифаси ва мазмунига қўра тўғри ва аниқ қўлланг! Суҳбат қуриш назариясига беписанд бўлманг!"**

Телеэкранда суҳбат қуришга тайёргарлик босқичлари

Камера рўпарасида суҳбат қуришга алоҳида тайёргарлик қўриш лозим. Санкт-петербурглик тадқиқотчи Н.А. Бережнаянинг фикрича бундай тайёргарлик ўз ичига уч босқични олади:

- тайёргарлик босқичи;
- мулоқот машқлари босқичи;
- кадрда ишлаш босқичи.

Биринчи босқичда овоз оҳанг, кузатувчанлик, хотира, ўз ҳатти-ҳаракатларини назорат қилиш каби руҳий жисмоний сифатларнинг машқини олиб бориш даркор. Бунда маълум руҳий тренинг усулларини қўллаб, алоҳида ва гуруҳ билан бажаришга мўлжалланган машқлардан фойдаланиш мақсадга мувофиқдир.

Иккинчи босқич умумий мулоқот ва алоқа вазияти унсуруларидан иборат.

Умумалоқавий мулоқот босқичида тинглаш маҳоратини ошириш, гапни қувватлаб туриш, мунозара олиб бориш бўйича машқлар назарда тутилади.

Вазият сатҳида эса аён ҳолатларда суҳбатлашиш малакасини оширади. Масалан, оғирқарвон, сергап ёки шаллаки суҳбатдош билан юзма-юз гаплашганда.

Бу босқичдаги иш машқлар ва этюдлар асосига қурилади. Этюдлар суҳбат қатнашчиларига муайян руҳий вазифани ҳал этишда зарур усулни топишга ёрдам беради.

Учинчи босқичда олинган малака ва маҳорат муайян бир телевизион кўрсатувда амалга оширилади. Масалан, шоу, суҳбат, телеўйин ва бошқалар бўйича кўрсатувларни тайёрлаш жараёнида.

Суҳбат қуришга тайёргарликнинг бу тарзини радиожурналистнинг ишига ҳам бемалол татбиқ этиш мумкин.

Ўн биринчи қоида: *«Теле-варадиосуҳбат санъатини эгалланг! Бунда телевидение ва радионинг ўзига хослигидан келиб чиқинг! Бу сизга суҳбатингиз бошланишида ҳам, бутун суҳбат давомида ҳам ёрдам беради!»*

Самимий алоқа ўрнатиш зийнати

Ўз-ўзидан маълумки, журналист амалиётининг барча вазиятлари учун аниқ қоида ёки тавсияларни ишлаб чиқиш ва ғамлаб олиш мумкин эмас. Бу ерда журналистлик фаолиятида тез-тез такрорланиб турувчи суҳбатлашиш қоидалари ва мезонлари баён қилинди. Улар суҳбатлашиш санъатини эгаллашда қўмаклашувчи муҳим омиллар ҳисобланади.

"Номознинг қазоси бор, аммо суҳбатнинг қазоси йўқ" деган нақл бор ўзбек халқида. Боис суҳбат инсониятга, жамиятга хос азалий ва доимий ходисалардан бири. Инсон борки, бошқалар билан суҳбатлашишга, мулоқотда бўлишга ҳамиша эҳтиёж сезади. Зеро, суҳбат сўзлашиш, Кайковус таъкидлаганидек, "бир нашъадур, ундан хумор пайдо бўлади". Ахборотлар оқимида бўлган эҳтиёжни ҳам шунга киёслаш мумкин. Қадимги китоблардан бирида "Барча ҳунардин сўз ҳунари яхшироқдур" дейилади. Бу ҳунарнинг ҳозирги даврдаги намоёндалари журналистлардир. Улар ўз сўзлари, ўз ахборотлари билан кишиларда ўзига хос "хумор пайдо

қилади"лар ва бу хуморни доимо қондириб боришга ҳаракат ҳам қиладилар. Шу боис қалам аҳди зиммасига сўзни ҳамма вақт савоб учун, эзгулик учун ишлатиш масъулияти ҳам юкланган. Ўз ижтимоий мавқеи, вазифаси бурчига биноан журналист аҳли ҳам "одамийга яхшиларнинг мусохибати (суҳбати) кимёи саодати абадиётдир" (Муҳаммад Қошғарий) нақлининг чинлигини тасдиқлашга даъват этилгандир. Буни ҳар доим ёдда тутиш лозим.

ХУЛОСА ЎРНИДА

Азиз ўқувчи, мана Сиз репортёрлик назарияси ва амалиёти бўйича Ўзбекистонда илк бора яратилган дарслик билан танишиб чиқингиз. Унда муаллифлар журналистик ижоднинг ушбу тури техникаси ва технологияси, механизмлари ва усуллари, унинг назарияси, ахлоқи, ҳуқуқий асослари ҳақидаги асосий тушунчалар бўйича Сизга илмий-таълимий услубда, оммабоп шаклда маълумот беришга ҳаракат қилдилар.

Умумқизиқишга молик бўлган ҳам ижобий, ҳам салбий мазмундаги фактлар, воқеалар ва ходисалар кундан-кунга тобора ўсиб бораётган ахборотлар оқимидан қай йўсинда саралаб олинаётганига, янгиликлар қандай туркумланаётганлигига, танлаб олинаётганига, таркибланаётганига ва узатилаётганига алоҳида эътибор берилди.

Қўлланмада «янгилик» ва «ахборот» тушунчалари, уларни журналистика муҳотида қандай талқин қилиниши масалалари ёритилган, ахборот турлари баён қилинган. Китобдаги назарий фикр ва мулоҳазалар Ватанимиз ва хориж журналистикаси амалиётидан олинган мисоллар асосида далилланган ва асосланган.

Ахборот олишни кафолатлайдиган қонунлар ҳамда ахборотнинг анъанавий ва ноанъанавий манбалари ҳақида фикр юритилган. Ҳозирги замон репортери қандай шахсий сифатларга эга бўлиши, керакли ва ишончли ахборот манбаларини топиш учун қандай йўл тутиши билан боғлиқ масалалар ёритилган.

«Воқелик манзараси»ни ҳаққоний акс эттириш учун нималар қилиш зарур? Замон билан ҳамнафас қадам ташлашнинг сирлари нимада? Жамиятдаги ижтимоий ўзгаришлар ва алмашишларнинг маълум бир иштирокчилари ва гувоҳларини танлашга қай тарзда ёндашиш лозим? Мулоқот жараёнида суҳбатдошлар билан муносабатга киришишнинг рухий-ахлоқий мезонларга риоя қилиш бўйича қандай тасаввурларга эга бўлиш керак? Бу саволларнинг барчасига китобда жавоб топиш мумкин.

Дасрликда журналистик ижоднинг умумий муҳити сифатида Интернетга, шунингдек РК — хизматларга алоҳида

ўрин берилган. Умуман ОАВ (хусусан, бу воситалардаги мутахассислар) тизимида ушбу тузилмаларнинг шаклланиши ва ривожланишига оид тавсиялар берилган.

Мазкур дарслик, энг аввало, бўлажак қалам, микрофон, телекамера ахллари ҳамда интернет-журналистикаси ходимлари учун яратилди.

Аммо интернет-журналистика соҳасида ишлаш шароити ва усуллари борасида муайян ўзгаришлар ва янгиланишларнинг бўлиши, шубҳасиз. «Учинчи тўлқин» деб аталмиш ахборий жамият босқичида — XXI асрда, шахсий компьютерлар ҳар бир хонадонга радио ва телевидение каби кириб келади ва ҳар бир оила Интернетга, рақамли ва ўта тезкор (интерактив) каналларга уланиш имкониятига эга бўлади. Бундай шароитда ўқувчилар, тингловчилар ва томошабинлар ўзларига маъқул канални танлабгина қолмай, балки «ньюсмейкер» фаолиятини ҳолис баҳолай оладилар. Бошқача айтганда, «буюртма териш орқали янгиликлар»дан хабардор бўлиш даври унча узоқ эмас. Бу даврда истеъмол ахли (реципиентлар) ўз қўнглига, дидига, савиясига мос янгиликларни танлай олади, яъни ўз қизиқишларидан келиб чиқиб, сўнги ахборотлар мундарижасини тузиши мумкин бўлади.

Бунда, албатта, истеъмол ахли ахборот мавзуини, муаллифини, дастур бошловчисини, шарҳловчи ва талқин этувчиларни шахсий сифатлари ва маҳоратларига қараб танлаш имконига эга бўлади. Бундай тажриба ҳозирнинг ўзида мавжуд. Буни, одатда, телематн деб атайдилар. Телематн туфайли истеъмол ахли ўзи истаган янгиликларни танлай олади.

Бу вазиятда репортёрларнинг рейтинги ва имиджи турлича даража касб этади.

Бу, ўз навбатида, ҳозирги замон репортёрларидан ҳаётда тажрибадан ўтган ҳаққонийлик, ҳолислик, ишончлилик ва тезкорлик каби тамойилларга янада қўпроқ таянишни талаб қилади.

Бу хусусиятлар янги глобаллашган ахборот майдони сифатини ҳам белгилаб беради. Шундагина кишилар кимга ишониш керагу, кимга ишонмаслик ҳақида аниқ тасаввурга эга бўладилар. Бетараф ва ҳолис йўл тутган журналистнинг ишончлилиги ва мавқеи кишилар эътиборида бўлади.

Реклама ва ижтимоий алоқалар оммавий ахборот соҳасининг аён таркибий узвларидандир. Бинобарин, журналистнинг бурчи ва масъулияти ҳаётнинг турли соҳаларига оид хилма-хил ахборотларни эркин ва узлуксиз тарзда уатишдан иборат. Репортёрлар бу ҳақиқатни доимо эсда тутишлари лозим. Улар шу нарсани ҳам эсда тутишлари керакки, Ватанимиз ҳаётидан олинган турфа хил хабарлар Ўзбекистоннинг дунё ҳамжамияти олдидаги обрў-эътиборини оширишга, унинг шарафини, кадриятларини, урфодатларини, менталитетини улуғлашга бевосита дахлдордир.

РЕПОРТЁРЛИК ФАОЛИЯТИНИНГ НАЗАРИЯСИ ВА АМАЛИЁТИ

Қ. Эрназаров умумий таҳрири остида.

Қ. Эрназаров
Ё. Маматова
И. Тошалиев
Ш. Эрназаров

Масъул
муҳаррир: **Р. Охунов**

Таржимонлар: **А. Каримов**
З. Тохиров

Теришга берилди 10.05.2002. Босишга рухсат этилди 11.07.2002.

Қоғоз бичими 84 х 108^{1/32}. «Таймс» гарнитурда босилди.

Шартли босма т. 13,0. Адади 500 нусха. Буюртма № 393.

[illegible]