

МАДИБОНУ НУРУТДИНОВА

МУЛЬТИМЕДИАВИЙ ЖАНРЛАР ТАСНИФИ

Монография

(10.00.09- Журналистика)

Тошкент - 2021

УДК:
КБК:
ISBN _____

Монографияда онлайн нашрларда мультимедиавий жанрларнинг қўлланилиши, таснифи, ахборот узатишдаги жанрлар трансформацияси, концептуал таснифи ҳамда ўзига хос хусусиятлари ёритилган. Шунингдек, онлайн нашрлардаги гибрид, синтетик ҳамда мультимедиавий жанрлар турини аниқлаш ва амалиётга тадбиқ қилиш масалалари тадқиқ этилган.

В монографии «Классификация мультимедийных жанров» исследует использование мультимедийных жанров в сетевых публикациях, классификацию жанров, трансформацию жанров при передаче информации, концептуальную классификацию и специфические особенности. Исследованы вопросы выявления и использования гибридных, синтетических и мультимедийных жанров в интернет-изданиях.

The monograph «Classification of multimedia genres» explores the use of multimedia genres in online publications, the classification of genres, the transformation of genres in information transmission, conceptual classification and specific features. The issues of identification and application of hybrid, synthetic and multimedia genres in online publications have been studied.

Масъул муҳаррир:

Шерзодхон Қудратхўжа,
Сиёсий фанлари номзоди, доцент

Тақризчилар:

Алишер Матякубов,
филология фанлари номзоди, доцент

Бахтиёр Хасанов
Сиёсий фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD)

Монография Ўзбекистон журналистика ва оммавий коммуникациялар университетининг 2020 йил 28-декабрдаги 5/6-1-сонли қарори билан тасдиқланиб, нашр қилишга тавсия қилинган.

© М. Нурутдинова. Мультимедиавий жанрлар таснифи. Монография. – Т., _____ . 2021 й. - _____ б.

МУНДАРИЖА

Кириш.....	4
I БОБ. ОНЛАЙН ЖУРНАЛИСТИКАДА ЖАНРЛАР ИНТЕГРАЦИЯСИ ВА ТРАНСФОРМАЦИЯСИ	7
1.1. Жанрлар интеграциясининг онлайн журналистикада намоён бўлиши	7
1.2. Ахборот узатишда жанрлар трансформацияси.....	13
II БОБ. МУЛЬТИМЕДИАВИЙ ЖАНРЛАР ТАСНИФИ ...	23
2.1. Онлайн нашрларда мультимедиавий жанрларнинг қўлланилиши.	23
2.2. Мультимедиавий жанр турлари ва уларнинг концептуал таснифи	33
III БОБ. ТАРМОҚ ТЕХНОЛОГИЯЛАРИНИНГ ЖАНРЛАР ШАКЛЛАНИШИДАГИ ЎРНИ	84
3.1. Интернет технологияларининг янги тармоқ жанрларини шаклланишига таъсири.....	84
3.2. Онлайн жанрларнинг шаклланишида медиаконвергенция омили	99
Хулоса	103
Фойдаланилган адабиётлар рўйхати.....	107

КИРИШ

Интернет тармоғининг турли даражадаги дастурий таъминоти онлайн нашрларда қўлланилаётган жанрларнинг мукаммаллашувига туртки бўлди. Сабаби, конвергенциялашув ҳолати туфайли оддий матн гиперматн шаклига ўзгариб, унда барча оммавий ахборот воситаларининг хусусиятларини қамраб олиш имкони мавжуд. Масалан, журналист ўз мақоласини матн кўринишида ёзиши, унга график манбалар киритиши, ва видео, аудио элементлар билан бойитиши мумкин. Аксарият тадқиқотчилар ушбу ҳолатни янги мультимедиа жанрларининг пайдо бўлишига боғласа¹, бошқа бир гуруҳ олимлар уни матннинг интернет майдонидаги мослашуви, дея баҳоламакда².

Шуниси ҳам борки, матбуотда қўлланилаётган жанрларнинг деярли барчасини онлайн контентда учратиш мумкин. Мазкур жанрлар бироз ўзгарган форматда мукаммаллашиб, баъзан бутунлай бошқа номлар билан аталмоқда. Бир матнда эссе, мақола, репортажнинг қоришув кўплаб учрамоқда. Баъзи журналистик ижод намуналарида анъанавий ОАВ жанрининг айнан ўзига мурожаат қилинса, бошқа бир гуруҳ ижодкорларда турли йўналишларнинг аралашуви кузатилмоқда. Жумладан, синтетик жанрларда кўпроқ анъанавий тур сақлаб қолинса, трансформациявий жанрларда янги мукамаллик ҳосил қилинади. Бунга веб репортаж, твиттер репортаж, видео блоглар мисол бўлади.

Бундай яхлит комплексларни шакллантириш жараёни аслида турли йўналишдаги аудио, визуал ахборотларнинг синергетик хусусияти натижасида юзага келмоқда. Интернет тармоғига онлайн нашр сифатида кириб келаётган газеталарнинг электрон форматида анъанавий ҳамда замонавий тенденцияларнинг

¹ Муратова Н. ОАВ ва Интернет. Конвергенция ва замонавий журналистиканинг янги кўринишлари. Ўзбекистон матбуоти. 2005. – № 4 – Б. 32.; Лукина М. Интернет СМИ: теория и практика: Учеб. пособие для студентов вузов. М.: Аспект Пресс, 2010. С. 13-348. Варганова Е. Новые медиа как фактор модернизации СМИ. М.: ИРИО, 2008. 127 с

² Градюшко, А. Творческие методы и приемы современной веб-журналистики. <https://elib.bsu.by>

қоришувини кузатиш мумкин. Яъни бир матнда турли инфомолекулаларнинг умумий слайдшоу шаклидаги бирлиги асосида мультимедиавий гиперматн ҳосил қилинмоқда.

Мультимедиавий жанрлардаги матн конвергенциявий ахборот воситаларидаги хусусиятларни табиий равишда қамраб олмоқда. Буни биз исталган электрон контентдаги таркибий бирикмаларни таҳлил қилиш жараёнида кузатишимиз мумкин³. Таъкидлаш жоизки, аксарият жанрлар онлайн форматда кўпинча ўзининг туб хусусиятини сақлаб қолмайди. Аксинча ўзи бирикаётган бошқа жанрларнинг иккиламчи вазифасига урғу беради. Масалан, лонгридлар (узун матн кўринишида ёзиладиган интернет мақола)да ҳикоя, баён, эссе, репортаж, мақола ҳамда турли шаклларда фото ва видео элементлар кўшиб ишлатилади. Лонгрид таркибидаги барча ички турлар бир-бирини тўлдириб, яхлит маъно ҳосил қилиш учун хизмат қилади. Бунда асосий урғу муаллиф таклиф қилаётган мантиққа қаратилади.

Бугунги кунда кўп турдаги интернет жанрлари бевосита дастурий таъминот билан боғлиқ. Масалан, инфографикани олсак: бунда график таҳрирловчи турли сайтлардан фойдаланиб исталган шаклдаги инфографикани яратиши мумкин. Мазкур жанр бошқа жанрларнинг туб таркибий тўлдириш усули сифатида ҳам қўлланилади. Инфографика яқка ўзи бир тур сифатида қўлланиши ёки бирор бир мультимедиа мақоланинг таркибини тўлдираётган мукамал асос бўлиб хизмат қилиши мумкин.

Шу боисдан, онлайн нашрлардаги жанрларни ўрганиш, уларни қиёсий таҳлиллаш, амалиётга кенг жорий этиш ўта долзарбдир. Интернет платформалар таркибидаги трансформацияга учраган ўзгаришдаги гибрид жанрлар интеграциясини ўрганиш; улар борасида аниқ назарий хулосалар чиқариш; миллий сайтларимиз мисолида (kun.uz, xabar.uz, daryo.uz, uza.uz, xabardor.uz) тадқиқотлар ўтказиш ва

³ Кирия А.,Новикова С. История и теория медиа. Учеб. для вузов. Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. С. 211-423.

унинг амалиётдаги аҳамияти борасида аниқ назарий хулосалар чиқариш **долзарб аҳамият касб этади.**

Онлайн контентларда жанрлар турли олимлар томонидан ўрганилган ва тадқиқотларда таҳлил қилинган. Бунда кўпроқ интернет жанрларидан кўра анъанавий ОАВ жанрларига эътибор қаратилган. Аммо мазкур манбаларда мультимедиавий жанрлар таснифи, уларнинг ўзгаришга учраган турлари, гибрид ва синтетик ҳолати, анъанавий ҳамда хорижий тажрибаси мисолида қиёсий таҳлил қилинмаган. Ушбу монографияда айнан онлайн журналистиканинг ахборот узатишдаги жанрлар трансформацияси, концептуал таснифи ва интеграцияси, журналистикада синергетик турларнинг қоришуви каби масалалар масс-медиада чоп этилган материаллар асосида таҳлил қилинмоқда.

Мазкур монографияда журналистика, социология, сиёсатшунослик каби фанларнинг билимлари, тадқиқот натижалари, назарий ва амалий тажрибаларига эътибор берилди.

I БОБ. ОНЛАЙН ЖУРНАЛИСТИКАДА ЖАНРЛАР ИНТЕГРАЦИЯСИ ВА ТРАНСФОРМАЦИЯСИ

1.1. Жанрлар интеграциясининг онлайн журналистикада намоён бўлиши

Интернетдаги хусусиятлар асрлар давомида шаклланиб, серқирра механизмлар майдони сифатида бир неча оммавий коммуникация воситалари (матбуот, радио, телевидение, ижтимоий медиа-порталлар, мобил алоқа, ахборот агентликлари)ни бирлаштирди. Виртуал формат анъанавий жанр таркибини ўзгартириб, унинг трансформацияси тармоқ журналистикадаги янги “гибрид” жанр турларини юзага келтирди⁴. Халқаро тармоқнинг мавжуд вазифалари унга қадар аллақачон кашф қилиниб бўлинган. Аммо онлайн коммуникация тармоғи бўлган интернет мазкур вазифаларни бир нуктада жамлай олгани билан эътиборлидир. Халқаро тармоқдаги оммавий таъсирнинг асосий сабаби узатиш каналларида янгиликларни тарғиб қилиш тезлиги фойдаланувчиларга кенг имконият тақдим этмоқда. Тармоққа компьютер, мобил алоқа, сунъий йўлдош, радио сигналлар, кабел, телевизор каби кенг турдаги ахборот воситалари орқали уланиш мумкинлиги унинг оммавийлигини ошириб, маълумотларнинг таркибига тубдан таъсир қилди.

Онлайн ОАВ маълумотларни узатишнинг интеграллашган формати тезкор ахборот ишлаб чиқариш ва тарқатиш имкониятини тақдим этди. Бу ўқувчилар фикрини ўрганиш ва мукамал жанр хусусиятларини жамлаган янгиликлар яратишга сабаб бўлди.

Эндиликда онлайн аудиторияга хос интернет дастурларидан фойдаланиб, интеграцион, рекреацион (ижодий) фаолият олиб бориш, виртуал борлиқ, кибер майдонга мослашиш, такомиллашиш шарт⁵. Доимий янгиланиб турувчи кенг микёсли тармоқ тенденцияси маълумотларни тақдим этиш

⁴ Шестеркина Л. Журналистское образование в условиях конвергенции СМИ: Монография / Челябинск: Рекпол, 2012. С. 10–217.

⁵ Вартанова Е. О современном понимании СМИ и журналистики. Теория СМИ и массовой коммуникации. № 1. 2010. Научные исследования: URL: <http://www.mediascope.ru>

усуллари, жанрлари билан бир қаторда, ўқувчининг қабул қилиш омилига ҳам сезиларли таъсир кўрсатади. Унга кўра, мазкур ОАВ жанрларининг вазифаси, таркиби, ўзига хос хусусиятлари ва туб моҳияти ўзгарган. Журналистиканинг синергетик ҳодисасига кўра, ахборот таркиби ўзгарувчан бўлгани боис, доимий равишда унга ёндош соҳалар билан қоришиб, янгилик узатиш жараёни ва вазифалари трансформацияга учрайди.

Журналистикада яратилган барча асарлар бир қатор принципларга асосланган жанрларга бўлиниб, мазкур материалларнинг **предмети** – содир бўлган воқеа, долзарб ҳодисалар, ижтимоий жараён; ёзишдан мақсад эса уни касбий нуқтаи назардан ҳолис ёритишдир. “Журналистик жанр бу – интеграциялашган ижтимоий коммуникацияларнинг элементи ёки аниқ бир шакл, код ёрдамида ОАВнинг маълумотлари шифрланиб, аниқ бир тартибга келтирилишидир” – деб ёзади россиялик олим Н. Лосьева “Конвергенция ва мультимедиавий жанрлар” мақоласида⁶.

Жанр француз тилидаги “genre” сўзидан келиб чиққан бўлиб, таржимада “кўриниш”, “келиб чиқиши”, “жинс”, “тур”–деган маъноларни англатиб, у XVII асрда пайдо бўлган⁷. Санъат назариётчилари жанрни “юқори” ва “қуйи” турларга тасвир, мавзу, сюжет ва мавзусига кўра ажратиб ўрганишган. Жанр бу ўқувчи (тингловчи, томошабин)га бирор-бир воқелик ҳақидаги ахборотни аниқ бир шакл ёки форматга солиб тақдим этиш усулидир. Яъни, тарихий-публицистик йўналишнинг аниқ бир элементлар асосида шаклланган қоидалар мажмуи дейишимиз мумкин. Жанр – таркибий композицион атрибутларнинг ўзига хос тўплами, матн тузишнинг махсус шаклидир.

Шунингдек, тадқиқотчиларнинг фикрича, (А.Амзин, А.Галустян, В. Гатов, Д. Кульчитская) матн ёзиш икки хил мақсадни кўзлайди: аниқ ахборотни ёритиш (касбий, тарғибот ташвиқот, ҳолислик) ҳамда ижодий (адабиётшунослик

⁶Качкаевой А. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. – М.: 2010. – С.129-200

⁷ Калмыков А., Коханова А. Интернет – журналистика. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. С.134- 383.

моделлари асосида) бўлиши мумкин⁸. Қайси усулда ёритиш муаллифнинг танловидан келиб чиқади. Онлайн нашрларда кўпроқ ахборий жанрлардан фойдаланилиб, матннинг умумий ҳажми 1500 элементдан ошмайди. Унда асосан воқелик ҳақидаги далиллар ўрганилган жараён предмети сифатида акс эттирилади. Мақсад объекти ва тақдим этиш усулига кўра бўлиниб, яратилаётган матн ҳар доим уч асосий турга мансуб бўлади-ахборий, таҳлилий, бадий-публицистик⁹.

Одатда **ахборий жанрларда** кўпроқ ахборот бериш, далилларни асослаш устувор бўлиб, хулоса деярли бўлмайди. Мазмунан “ким?”, “нима?”, “қачон?” саволларига жавоб бериши керак. Ушбу турдаги матнларнинг моҳиятини – илгари ўқувчига маълум бўлмаган воқелик моҳиятини акс эттиришдир. Матн акс этаётган жанр долзарблик, мантиқан ғоявий яхлитлик, холислик, далилларнинг аниқлиги талаб этилади. Бугунги кунда ахборий жанр туридаги матнлар оммавий эҳтиёжнинг асосий қисмини ташкил қилади.

Таҳлилий жанрларда воқеликнинг турли элементлари ёритилиб, холислик нуқтаи назаридан барча томонларнинг фикрлари баён этилади. Тадқиқотнинг объекти фактлар, ҳодисалар, жамият ҳаётидаги ижтимоий муаммолар муаллиф томонидан баҳолаш орқали қаламга олинади. Бунда воқеалар занжири журналист позициясидан келиб чиқиб, далиллар занжирини маълумотлари таҳлилланади. Бунда нафақат муаммоларни тасвирлаш, балки унинг моҳиятини очиб бериш талаб этилади.

Бадий-публицистик жанрлар кўпроқ бадий тасвирий фикрлар, муаллифнинг ҳиссий кечинмалари, умумий хулосалар акс эттирилади. Воқеликни ифодалашда психологик тасвир воситаларидан ҳам кенг фойдаланилади. Мураккаб қарама-қарши ғоялар йиғиндиси ижтимоий-ахлоқий сюжетларни кўшиш орқали комплекс композиция ҳосил қилади.

“Ахборот бозорида маълумот-товар, аудитория эса

⁸ Амзин А., Галустян А., Гатов В., Кульчитская Д. Новый медиа вопросы: гипертекст и жанры. URL: <http://www.cyberleninka.ru>

⁹ Уланова. М. Интернет-журналистика. Учеб пособие. Аспект пресс. Москва 2017. С. 28-235

капитал” – деган атама мавжуд. Журналистиканинг ахборот бериш ва аудиторияни кўпроқ жалб этиш мақсади турли шакл, формат ва жанрларни яратилишига асос бўлди. Ушбу амалиётни илк маротаба Жозеф Пулицернинг кўнгилочар саҳифаларни сарик рангга бўяш орқали ўз бизнесини кенгайтиргани маълум. У ҳар бир қатламга мос ахборотни танлаб, уни оммага тақдим қилди (сарик матбуот атамаси шу йўсинда пайдо бўлган). Интернет тармоғидаги таркиб ҳам ўқувчи эҳтиёжи, аудиториянинг талабини ифодалаб, турли ОАВ маълумотларининг интеграллашуви мукамал контентга яратилишига сабаб бўлади.

Онлайн журналистикада жанрларнинг типологик хусусиятига кўра турларга бўлиниши ва бир вақтда форматларнинг қоришувини кузатиш мумкин. “...интернет маълумотлари таркиби, дизайни ва контентига қараб жанрларга таснифланади” – деб ёзади Л. Коханов, А. Калмиков “Интернет журналистика” китобида¹⁰. Виртуал жанрлар субжанр, гипержанр ва гибрид жанр туркумларига бўлиб ўрганилмоқда. Тармоқда исталган мақолани репортаж, очерк, фельетон, корреспонденцияга турлаш мумкин. Аммо айнан онлайн журналистиканинг ўзигагина тегишли бўлган соф интернет жанрларини топиш мушкул; интернетнинг оммавий, коммуникацион хусусияти келиб чиқиб, уларни қуйидагича турлаш мумкин:

Коммуникатив жанрлар. Асосан оммавий мулоқот ҳамда ижтимоий тармоқларда учрайди. Электрон суҳбат (чат), янгиликлар тасмаси (новостная лента), форумлар, ижтимоий тармоқдаги диалогларни мисол сифатида келтириш мумкин. Масалан, фейсбук ижтимоий тармоғидаги блог-пост, коммент-форум жанрлари шулар жумласидан.

Кўнгил очар жанрлар. Бу туркумга мансуб жанрлар ўқувчилар эътиборини тортиш ва тармоқ аудиториясини кенгайтириш мақсадида кенг қўлланилиб, унда тез-тез жанрлар қоришувини кузатиш мумкин. Инстаграмм тармоғининг “классика”, “нео-пост” каби муаллифлик жанрларини

¹⁰ Калмыков А., Коханов Л. Интернет журналистика. М.:Юнити-Дана, 2005.– С. 89-383 2005 г.

келтириш мумкин.

Тақдимот жанрларига¹¹ шахсий веб сайтлар, блогерлик ишлари, ижтимоий тармоқ мақолалари, шарҳлар матни киради. Бунга you tube тармоғидаги видео блогерлик жанрлари (Silvia Sahakyan blogpost), монокоммент жанрлари мисол бўлади.

Ахборий жанрларга ахборот олиш мақсадида қўлланиладиган матн туркуми-электрон кутубхона, энциклопедия, ахборот агентликлари, ахборот сайтлар, кидирув тизимлари, архив маълумотлари, ижтимоий тармоқлар хабарлари мансуб.

Йўналтирувчи жанрлар деб веб саҳифа, реклама, эълон, интернет дўкон саҳифа матнлари, Пиарга – мақолалар, ижтимоий роликлар, хайрия ҳамда форум маълумотларни киртиш мумкин.

Саммэрий-(Summary) – ҳисобот жанрлари. Бу турли мақолаларнинг асосий ғояларни бирлаштириб, ортиқча тафсилотларсиз муаммо доирасида матн яратиш. Унда бир неча турдаги воқеликни умумлаштириб, битта матнда акс эттириш имкони мавжуд¹². НТВ каналининг онлайн форматида “Сегодня”, “Итоги недели”, “Живая еда” каби кўрсатувлари саммэрий жанрига мансуб.

Жанр турларининг долзарблиги, ОАВ замон талаби (ўқувчи хоҳиш-истаги назарда тутилмоқда), тарихий-сиёсий вазият ва технологик ихтиролар натижасида ўзгариб, такомиллашиб боради. Яъни, ижтимоий қатлам кайфиятига қараб, баъзи ғояларга эҳтиёж бўлиши ёки умуман эътибордан четда қолиши мумкин. Масалан, Американинг 1960-йилларда кенг урф бўлган молиявий самарадорликни таъминловчи “3 С” назарияси вақт ўтиши билан ахборот ҳолислигига бўлган талаб туфайли эътибордан четда қолди. Жанр яратилишининг муҳим омилларидан бири бу ўрганилаётган ҳодисанинг визуал моделини яратиш. Ушбу модел тури намойиш мавзусининг тавсифи дейилиб, баён муаммо+ечимга қаратилади. Яъни, жанр кўпинча “таъриф” ва “қузатиш” тушунчаларига

¹¹ Ким. М., Пак Е. Жанры печатных и электронных СМИ. Учебник для вузов. СПб.: Питер., С. 41- 448. URL: <http://www.books.google.co.uk>

¹² URL: <http://www.textis.ru>

синоним сифатида қўлланилиши мумкин. Ўз навбатида таъриф журналистик ҳодисаларни талқин қилишдаги муҳим таркибий қисмдир. “Жанрларни шакллантирувчи асосий омил бу – матнда рационал, когнитив тасвир ва прагматик ечим бера олишдир”– деб ёзади А. Тертычный¹³. Тадқиқотчилар М. Ким, Е. Пак интернетда маълумотларни тақдим қилишда жанрларнинг онлайн форматга мослашиш уч босқичга ажратиб таснифлаган:

1. Интернетнинг илк фаолият тенденцияси; бунда фақат хорижий фойдаланувчиларнинг маълумотлар сегменти ривожланган. Молиявий, иқтисодий тижорат сайтларининг ахборот бериш жанрлари кенг тарқалган босқич.

2. Актив тармоқ лойиҳалар тенденцияси; бунда доимий фаолият юритувчи илк онлайн нашрлар, турли халқаро лойиҳалар ишга туширилди. Иккинчи босқич фаолиятдан сўнг интернетни аҳоли оммавий коммуникация воситаси, ахборот майдони сифатида қабул қилди. Ушбу онлайн матбуотда турли мавзудаги мақолалар эълон қилиниб, ундан очик ахборот манбаи сифатида фойдаланиш мумкин бўлган.

3. Онлайн ресурслар тенденцияси. Ушбу босқичда йирик ахборот агентликлари, маълумотлар базаси, интернет ресурслари, кутубхоналар, ижтимоий тармоқларга асос солинди. Эндиликда тармоқ нафақат соҳа мутахассислари балки ўқувчи (томошабин, фойдаланувчи)нинг маълумотлари билан ҳар дақиқада бойитиб борилди¹⁴. Шу боисдан тармоқ жанрлар тури, вазифаси ва формати ҳам кенгайиб борди.

Онлайн газетадаги маълумотлар электрон шаклда эълон қилиниб, унда нафақат матн балки, фотосуратлар, видео, анимацион элементлар, интерактив шарҳ, суҳбат, инфографика, лонгрид ва харита шаклидаги мультимедиавий жанрлар билан бойитиш мумкин. Тармоқнинг кўп вазифалийлиги жанрлар типологиясининг туб таркибини ўзгартириб, уни таҳлил қилишда қатор тўсиқларни келтириб чиқаради. Қолаверса, халқаро тармоқ тез ўзгарувчан восита бўлгани боис унинг

¹³ Тертычный А. Жанры периодической печати. URL: <http://www.twirpx.com>

¹⁴ Ким. М., Пак Е. Жанры печатных и электронных СМИ. Учебник для вузов. СПб.: Питер.,- С.18-448. URL: <http://www.books.google.co.uk>

ички тузилиши ва жанрларига доир аниқ якуний хулосани бериш мумкин эмас. Коммуникациянинг илк вакили бўлган матбуот жанрлари бошқа ахборот воситалари фаолиятида ҳам кенг қўлланилади. Жумладан, онлайн нашрлардаги матн таркиби матбуот жанрлари типологиясига кўра қурилган бўлиб, тармоқдаги анъанавий нашрдан онлайн форматга интеграллашган энг оммавий жанрлар таркибига киради.

1.2. Ахборот узатишда жанрлар трансформацияси

XX аср цивилизациясида яшаган ҳар бир индивид қабул қилган ахборотлар нисбати инсоният тамаддуни бутун юз йилликда ўқиб излаган маълумотлар коэффицентига тенгдир¹⁵. Яъни инсондаги ахборотга бўлган эҳтиёж асосий омилга айланди. Глобаллашув асрининг детонацион кашфиёти сифатида майдонга чиққан интернет амалда ахборот монополиясига бўлган тушунчаларни тубдан ўзгартирди. Эндиликда ҳар бир ўқувчи ўз маълумоларини ҳеч қандай цензорларсиз тўғридан-тўғри трансляция қилиши мумкин. Бу жараён тармоқнинг оммавий коммуникацион хизмати орқали амалга ошириш мумкин.

Фанда ахборот тушунчаси кенг тарқалганига қарамай, мазкур атама инсон фаолият олиб бораётган соҳаларда турлича аҳамият касб этади. Ахборот бу материя ёки энергия эмас. Ахборот бу маълумотлар жамланмасидир.¹⁶ Ахборотни маълум бир кенглик ёки аниқ бир тушунча остида таърифлаш ёки чегаралашнинг имкони йўқ. Инсон яшайдиган дунё моддий ва номоддий объектлар, шунингдек, улар ўртасидаги ўзаро таъсирланувчи жараёнлардан ташкил топган. Сизги аъзолари – турли техник дастур ва асбоблар ёрдамида қайд этилган маълумотлар инфомолекулалар сегменти дейилади. Агар у аниқ бир вазифани ҳал этишга қаратилса, унда зарурий ва фойдали ахборот деб топилади. Демак, маълумотларга

¹⁵ Амзин А., Галустян А., Гатов В., Кастельс М., Кульчицкая Д., Лосева Н., Паркс М., Паранько С., Силантьева О., Б. ван дер Хаак; под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. — Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. — С. 18-304.

¹⁶ Винер Н. Кибернетика или управление и связь в животном и машине. 1948-1961. - 2-е издание. - М.: Наука; Главная редакция изданий для зарубежных стран, 1983. С. 65-344

нисбатан у ёки бу сабабларга кўра фойдаланилаётган, узатилаётган ёки ёзиб олинаётган кузатувлар сифатида қараш мумкин. Маълум вазифаларни ҳал этиш натижасида янги маълумотлар, билимлар, яъни, тизимлаштирилган ҳаққоний, холис, аниқ ёки синовдан ўтган хабарлар комплексига бўлинади. Улар қонунлар, назариялар, тасаввурлар ҳамда қарашларнинг умуммажмуи сифатида бирлашган бўлиши мумкин.

Журналистикада ахборот аниқ бир ҳолат ҳақидаги тасаввур, воқелик хусусидаги янгиликни назарда тутати. ОАВнинг барча тури ахборот билан фаолият юритиши барчага маълум. У маълумотларни йиғади, қайта ишлайди ҳамда уни омма эътиборига тақдим этади. Шу боисдан ахборот унинг асосий куроли сифатида прогрессив ва регрессив жараёнларда ривож топиб боради.

Халқаро стандартларга кўра ахборотни таснифи қуйидагича амалга оширилади:

- Ғоялар ҳақида ахборот–аниқ контекстда алмашинадиган маълумотлар тўплами.

- Воқеликдаги ахборот–муайян ҳолатдаги мавжуд вазият ҳақида маълумот хронологияси.

- Шахс ёки махсус қурилмалар томонидан ахборот жараёнини моддий ёки маънавий олам ҳақиқатларини акс эттирувчи маълумотлар йиғиндиси. Бунда маълумотларини хотира қурилмасида коммутациялаш орқали параболик кўрсаткичга эга бўлади.

Шунингдек, ҳолатдан келиб чиқиб, ахборотни бирламчи ва иккиламчи шаклларга бўлиш мумкин:

Бирламчи ахборот бу инсонлар томонидан оғзаки, ёзма ёки шартли белгилар (сигналлар, техник воситалар, аналог ёки рақамли формат шаклида) воситасида тарқатиладиган маълумотлар йиғиндисидан иборат;

Иккиламчи ахборотларга эса инсоннинг, ахборот ёки технологик воситалар, ўсимлик дунёси, ҳайвонот оламининг ўзаро маълумот алмашиши назарда тутилади. Техника асридаги энг муҳим масала, бу маълумотни яратиш, сақлаш,

қайта ишлаш ва узатиш. Бу борада ахборотни узатиш ва таснифлашнинг алоҳида ёндашув мавжуд. Технологик воситалардан фойдаланишда аналог ва рақамли форматдаги ахборотлар алоҳида кўриб чиқилади.

Глобаллашув жараёнида ахборот жамият ривожланишининг асосий омиллардан биридир. Ахборотнинг тарқатилиши ҳамда омма орасидаги ҳаракатини фанда икки йўналиш кибернетика ва информатика орқали ўрганилган. XX асрнинг бошларида ахборот хусусиятлари кибернетикадан тўлиқ ажратиб олинб, семантик ахборотни олиш, сақлаш, узатиш ва қайта ишлаш усуллари бўйича тадқиқотлар олиб борилди. Коммуникатив ахборотларни қуйидагича таснифлаб ўрганилади:

– График ҳамда тасвирий ахборотлар; маълумот узатиш ва сақлашнинг қадимий усулларида бири бўлиб, бунда турли расм ҳамда графикалардан фойдаланилган. Мазкур графика ёки шакллар умумий ахборотларнинг бирлиги сифатида қабул қилинган. Ушбу турдаги илк ёзувлар 1799 йили француз олими Жан-Франсуа Шампольон, кейинчалик, 1998 йил немис олими Гюнтер Драер бошчилигидаги археологлар жамоаси томонидан ўрганилган;

– Овозли ёки акустик – атрофимиздаги олам турли товушларга бой. 1857 йили Мартинвиль томонидан ихтиро қилинган фоноавтограф¹⁷ мазкур турдаги овозларни ёзиб маълумот шаклига ўзгартириш имконини берди. Кейинчалик ушбу товушларнинг ёзувдаги шартли белгилари, яъни, нота¹⁸ ўйлаб топилди;

– Матнли ахборот турли белги ёки ҳарфлар бирлашмасидан ташкил топаган. Унинг босма дастгоҳ ихтиро қилинган, омма орасида кенгроқ урфга кирди;

– Рақамли маълумот; атроф муҳитдаги объектларни миқдорий ўлчаш, савдо-сотиқ, иқтисодиёт, молия соҳасида катта аҳамиятга бўлиб, матн маълумотларига эквивалент

¹⁷ Jugement d'un ouvriersur les romans et les feuillets a l'occasion de Ferrand et Mariette. Bodleian Libraries, University of Oxford. 2014. URL: <http://www.europeana.eu>

¹⁸ Nōta-лотин тилидан товушлар тебраниши, товушлар нотациясини белгилар орқали киритиш. URL: <http://www.dic.academic.ru>

кодлаш усули сифатида махсус белгилар, рақамлар ёрдамида тизимлаштирилди;

– Видео ахборот – дунёда содир бўлаётган воқеликни жонли товуш, тасвир билан биргаликда турли ёзув тасмаларига муҳрлашни англатади¹⁹.

Умуман олганда, ахборот амалий математика (назарияни мантикий таҳлил қилиш), информатика (алгоритмик масалалар синтези) ҳамда радиотехника (ахборот сигналларини узатиш ва ишлаш назарияси) фанлари бўйича назарий таҳлил қилинган. Бунда эҳтимоллик назарияси ва математик статистика кенг қўлланилади. Ахборот назарияси бўлимлаштириш шартларига кўра маълумотларни кодлаштирилиб, қуйидаги талабларга жавоб бериши керак:

– Холислик – турли синфларнинг қарашлари, босими ҳамда таъсирлардан холи бевосита аниқ маълумот;

– Ишончлилик – ҳолат ҳақидаги энг сўнгги хулосалар йиғиндиси;

– Долзарблик – замон ва макон мутаносиблиги.

Инглиз социологи Франк Вебстернинг “Ахборот жамияти назарияси” китобида “ахборот молиявий восита сифатида энг тез эскирадиган маҳсулот тури бўлиб, у оммавий равишда янги ва эски маълумот турларини ўзида мужассам этади”, – дейилган²⁰. Янгиликлар улкан тезликда омма эътиборини қозониб, турли ОАВ орқали энг юқори кўрсаткичларни қайд этиши мумкин. Маълумотни тақдим этувчи воситалар қайта ва қайта уни турли дастур, формат, жанрларда туслаб, ўқувчи эътиборига тақдим этади. Узатилган янгиликларнинг рационал аниқлиги, холислик тушунчалари муҳим аҳамият касб этмайди. Интеллектуал омил сифатида йиғилиш, сақлаш, қайта ишлаш хусусиятларига кўра турли шаклларда тақдим этилади. Масалан:

1. Матн кўринишидаги ахборот – турли шартли сўз белгилари, рақамлар, махсус графика, жадвалларда акс этади;

2. Сигнал ёки имо-ишора – ахборотни қисқа овоз, сигнал

¹⁹ URL: <http://www.history.wikireading.ru>

²⁰ Уэбстер Ф. Теории информационного общества. Под. ред. Вартаковой Е. — М.: Аспект Пресс, 2004. — С. 25- 400

ёки хатти ҳаркатлар ёрдамида узатиш;

3. Оғзаки узатиш усули сўзлашув, мулоқот орқали.

Ахборотни узатишдаги самарали усул сифатида тил энг асосий ўрин тутати. Тил – махсус маълумотларни ўзида жамловчи турли белги ёки атамалар йиғиндисидан иборат. Тил мулоқотда расмий ёки илмий бўлиши мумкин. Сўзлашув усулидаги тилда турли хил жаргонлар, шевалар акс этиб битта маълумот турлича номланади. Расмий тилда эса грамматик ҳамда синтактик қоидаларга ихтисослашган аниқ нормаларга асосланган услуб мавжуд. Илмий тил аниқ бир фанга ёки йўналишга мансуб бўлади. Масалан, мусикада товуш белгилари ҳам бир ахборот бирлиги саналади. Математикадаги рақамлар ва белгиларни ахборот йиғиндиси дейиш мумкин. Ахборот назариясининг асосий бўлимлари манбани кодлаш (компрессив кодлаш, энтропик кодлаш) ҳисобланади. Ушбу кодлаш усуллари унинг бевосита оммавийлашиш жараёнига таъсир этади. Оммавийлашиш жараёнини мониторинг қилишда интеллектуал салоҳият даражасини ўрганиш жуда муҳим. Прагматик нуқтаи назардан ахборот мультимедиавий агентликнинг гетероген хоссасига эга бўлиб, ижтимоий қатламда турли синфларига мансуб бўлиши мумкин. Одатда конвергенция хоссасига эга ахборотлар қуйидаги тамойилларга асосланади: **мослашиш** (ахборот турли жанр ва воситаларнинг шаклига киришиши); **автономлик** (маълумотлар бир неча дастурлар ёрдамида тузилиб, мукамал даражада аниқ мақсадга йўналтирилган автоном хусусиятни қамраб олади); **ҳамкорлик** (ОАВдаги барча узатиш воситалари билан ҳамкорлик, яъни, матн (матбуот), овоз-товуш (радио), тасвир (ТВ) шулар жумласидан); **коммуникативлик** (ахборот интернетнинг барча фойдаланувчилари учун универсал характерга эга бўлиши керак) бўлиши лозим.

Бугунги кунда ахборотни қайта ишлаш ва сақлашдаги энг асосий мезон унинг математик алгоритмини ташкил қилиш ва қўллашда самарали усуллари ишлаб чиқишдир. Шу мақсадда глобал тармоқ муҳитида муаммоларнинг йўналтирилган ахборотлар мониторинги ташкил қилинди. Маълумотларни

индекслашнинг янги ёндашуви, унинг таснифи, матнларнинг лингвистик ва семиотик автоматлаштирилган тахлилий алгоритмлари тизимлаштирилмоқда. Автоматлаштирилган тахлилий ахборотлар тизимининг самарадорлиги маълумотлар модули асосида баҳоланиб, унинг онтологияси когнитив тақдимот, лингвистик таҳлилни қамраб олади. Тизимнинг асосий ахборот компоненти бу таҳлиллар блокидир. У асосан маълумотларни боғлаш, ички тузилманинг узвийлиги ва барча модулларни сақлаши билан характерланади.

Тизим қуйидаги принцида ишлайди: **фойдаланувчи+веб портал+интернет+хужжатлар+ахборотлар**. Ахборот базаси яна бири билимларни жамлаш блоки бўлиб, у оммага автоматлаштирилган маълумотлардан фойдаланиш, идрок этиш ва таҳлил қилиш учун қулай дастурлар тақдим этади. Икки ва ундан ортиқ коммуниктив воситаларининг интеграцияси турли техноген воситалар таъсирида бўлади²¹.

Ахборот яратиш, қабул қилиш, сақлаш ва ишлов бериш хоссасига эга. Ахборотдан фойдаланиш имконияти ва самарадорлиги унинг репрезентативлиги, мазмундорлиги, етарлича текширилганлиги, долзарблиги, ишонарли ва барқарорлиги билан қуйидагича таснифланади:

1. **Ахборотнинг репрезентативлиги** – объект хусусиятини адекват ифода этиш мақсадида уни тўғри танлаш ва шакллантириш билан боғлиқ;

2. **Ахборотнинг мазмундорлиги** – семантик (мазмуний) ҳажмини ифода этади;

3. **Ахборотнинг тўлаллиги** – қарор қабул қилиш учун минимал, лекин етарли таркибга (кўрсаткичлар жамланмасига) эга эканлигини билдиради. Тўғри қарор қабул қилиш учун етарли бўлмаган, шунингдек, ортиқча бўлган ахборот ҳам фойдаланувчи қарорларига таъсир кўрсатиши мумкин.

4. **Ахборотнинг актуаллиги** – ахборотдан фойдаланиш вақтида унинг бошқариш учун қимматлилиги сақланиб қолиши билан белгиланади ва хусусиятлар динамикасига кўра нисбатланади;

²¹ STEENSEN S. (2009c) “Online Feature Journalism: A Clash of discourses”, Journalism Practice 3, P. 13-29.

5. **Ахборотнинг аниқлиги** – олинаётган ахборотнинг объекти, жараён ҳодиса ва реал ҳолатдаги яқинлик даражаси билан белгиланади;

6. **Ахборотнинг барқарорлиги** – ахборот асос қилиб олинган маълумотлар аниқлигини бузмасдан, ўзгаришларга таъсир қилишини белгилайди.

Интернет ахборотни матн, овоз ҳамда визуал маълумотларни реал маконда, интерактив усулда, мультимедиавий шаклга солиб, оммага тақдим этгани боис унинг анъанавий шакли ўзгариб кетди. Тармоқ ахборот йиғиш, қайта ишлаш, таҳлил қилиш ва тарқатиш, шунингдек, сақлаш вазифаларини умум нуқтада бирлаштириб, горизонтал ҳамда вертикал усулдаги маълумотларнинг айланма ҳаракати йўлга қўйилди. Бу аудиториянинг ҳам ахборот олиши билан бир вақтда ўзининг маълумотлари билан ўртоқлашиш имконини беради. Шу боисдан ОАВда мазкур маълумотларнинг ижтимоий жиҳатдан актуаллиги ошиб, контент маълумотлари қуйидагича трансформацияга учради:

1. Медиакорпорацияларнинг аудиторияга мурожаат шакли;
2. Янгиликлардаги оммавийлик ва ҳаммабоплик хусусияти;
3. Корпоратив ахборотни тарқатиш воситаси²²;

Бу ҳолат анъанавий ОАВга ҳам хос. Коммуникациянинг янги кўринишини олган интернет анъанавий ОАВга тегишли барча вазифаларини такрорлаб, уларни мукамалроқ тарзда оммага тақдим этмоқда. Анъанавий ахборот воситалари айнан маълум бир вазифагагина ихтисослашади. Масалан, радио овоз ва товушли, матбуот матнли, ТВ овоз ҳамда тасвирли ахборотлар интерфейсини кузатишимиз мумкин. Интернетнинг бионик хусусиятидан келиб чиқиб, бир янгиликка тегишли барча маълумотларни жамлаш уни овоз, матн, тасвир ҳамда график шаклда бойитиб, аудиторияга тақдим этиш хусусиятини мужассам этади. Аммо онлайн ҳамда анъанавий ОАВни бири-бирига узвий боғлаш улар орасидаги коммуникатив бўшлиқни келтириб чиқаради. Агар босма нашр, радио, телевидение

²²Свитич Л. Изменение журналистской профессии в процессах медиаконвергенции // Вестник Челяб. гос. ун-та. 2015. № 5 (360). Филология. Искусствоведение. Вып. 94. С. 406.

катта аудиторияга эга бўлса ҳам ахборот етказишда у пассив реципиентдир. Бу мавжуд ҳолатда тармоқли онлайн ОАВ маълумотларни мультимедизация қилиб, тақдим қилиш усуллари оммага мос тарзда узатмоқда.

Масалан, дунёнинг кўплаб босма нашрлари, ўзларининг электрон форматига эга. Янгиликларни видео, аудиотасвирлар орқали бойитиб ўзларининг электрон саҳифаларида халққа тақдим қилмоқда. Журналистлар эса тобора универсаллашиб, матн ёзадиган таҳрирчи, радио овоз монтажчиси, интернет дастурчисифатда фаолият олиб бормоқда. Тармоқимкониятлари бирлашиб компьютер технология дастурлари ҳамкорлигидаги телевизион конвергенция умумий яхлит ривожланиш тенденциясини ҳосил қилди. Шу сабабли телевизор ҳамда компьютер оммавий вазифаларнинг бирикувига олиб келди. Янги медиа йўналишларни бир-бирига бириктиришнинг яна бир усули телевизион дастурларни намойиш этувчи ёки архивлаштирувчи интернет веб сайтини очиш ёки уни ўзаро синхронлаштириш илгари сурилмоқда.

Ахборотдан фойдаланишда интернет фойдаланувчилари анъанавий ОАВ ўқувчилардан маълумотларни идрок этишда сезиларли фарқ қилади. Онлайн тармоқ фойдаланувчилари кўпроқ тасвир ва рекламага эътибор бериб, асосан сарлавҳалар ва қисқа матнлар, видео тасвир ёки кичик график бирликлари муҳим ўрин тутати.

Қолаверса, алоқанинг интерфаол шакли ахборотга бўлган қарашни тубдан ўзгартириб, ўқувчига янгиликларни ишлаб чиқишда иштирок этиш имкониятини берди. Бу ҳолат ахборотнинг улкан контентининг ишлаб чиқилишига, ўз навбатида, кўп сонли аудиториянинг жонли иштирокчи сифатида мунтазам ҳисса қўшишига сабаб бўлди.

Интернетдаги чексиз хотира мавжуд ахборотларнинг улкан контентини ҳосил қилиб, фойдаланувчининг катта миқдордаги маълумотларни сараланган ва тартибга келтирилган ҳолда тақдим этади. Онлайн архивлар электрон таҳририятнинг умумий маҳсулоти бир қисми бўлиб, ундан исталган вақтда фойдаланиш мумкин. Ушбу контент маълумотлари ҳар соатда,

ҳар дақиқада қайта юкланиш хоссасига эга. Маълумотларнинг дифференциаллик ҳолатига кўра учта асосий босқичда амалга ошади:

- ахборот базаларининг ўз-ўзини янгилаш стереотиби: ҳар бир мавзу моҳиятига кўра таснифланади;

- маълумотларнинг белгиланган даврийликдаги янгиланиш хоссаси: сайтдаги хотира маълум бир вақт ичида янгиланади, яъни, белгиланган кун ёки вақтда ўзини қайта юклайди;

- доимий янгиланиш тенденцияси: бунда якка ахборот оқими ҳосил қилиниб, янгиликлар ва хабарлар марказ ёки агентликлар, мухбирлар ёки репортёрлар томонидан келтирилиши билан сайтга жойлаштирилади.

Тармоқ ахборот лойиҳаларининг фойдаланувида нисбатан арзонлиги ва марказлаштирилган цензорнинг йўқлиги ихтисослаштирилган газета ва журналларнинг тараққиётига салбий таъсир кўрсатмоқда. Одатда, мультимедиавий ахборотлар мавжуд виртуал борлиқнинг матн, тасвирий, аудио ва видео технологиялар аралашмаси сифатида тавсифланади. Яъни, амалда мавжуд барча техник воситалар маълумот узатишнинг асосий ресурси ҳисобланиб, унда оммавий ва индивидуал мулоқот ўртасидаги тафовутнинг йўқолиши билан тавсифланади.

Трансформацион ахборот жанрларига икки кучли оқим профессионал мутахассис ва фойдаланувчиларнинг ғоявий ижод маҳсулидир. Интернет кенг медиамайдон сифатида профессионаллар билан бир қаторда оддий омма вакиллари ҳам кенг имкон бермоқда. Шу боис тармоқдаги жанр турлари, муаллифлик лойиҳалар сони, сайтлар салмоғи ҳам кенгайиб бормоқда. Коммуникациянинг янги усули сифатида ихтиро қилинган халқаро тармоқ, бугуннинг асосий ахборот ўчоғига айланди. Интернет тармоғи имкониятлари ахборотни қайта ишлаш ва тарқатиш, маълумотларни сақлаш жараёнини тубдан ислоҳ қилди. Яъни, ОАВдаги ахборот трансформация натижасида шаклан ва мазмунан ўзгарди; ушбу мультимедиа феномени янгиликка оид ахборотнинг турли тил элементларидан таркиб топган – визуал, матнли, график

ва аудиовизуал шакл форматларига бириктирди. Натижада биз бутунлай янги, ажойиб хусусиятларга, ишлаб чиқариш технологиясига, ўзлаштиришнинг ўзига хос қулайликларига эга бўлган маҳсулотни ярата оламиз.

Юқорида қайд этилганларни жамлаб, айтиш мумкинки, тармоқда жанрлар, хусусан, ахборот жанрларининг трансформацияси, шубҳасиз, мавжуд жараённинг давомий тенденциясидир. Анъанавий ОАВда қўлланилган барча ахборот жанр турлари интернетнинг интерактивлик, гиперматнлилик, онлайн мулоқот каби турли хусусиятлари таъсирида янада мукамаллашиб тармоқнинг кўп қиррали маълумотлар ҳосиласига айланди. Барча мультимедиавий жанрларнинг асоси бўлган анъанавий медиа ОАВ жанрлари тармоқнинг икки томонлама коммуникация усули, дастурий таъминот ва ижодий ёндашуви туфайли ранг баранг тур сифатида трансформацияга учрамоқда. Шубҳасиз, ахборот жанрларининг трансформацион жараёни жуда кўп маротаба ўзгаришда давом этади; ўқувчилар орасидаги энг оммабоп ҳамда долзарб тур сифатида медиаплатформаларнинг асосий феномени ва омилига айланади.

II БОБ. МУЛЬТИМЕДИАВИЙ ЖАНРЛАР ТАСНИФИ

2.1. Онлайн нашрларда мультимедиавий жанрларнинг қўлланилиши.

“Медиатизимдаги онлайн ҳамда анъанавий нашрларни таққослаб ўрганишда улардаги энг асосий уч хусусият ажратиб турганини гувоҳи бўламиз. Булар – гиперматн хусусияти, онлайн ОАВнинг интерактивлиги ва мультимедиавийлиги”, – деб ажратиб кўрсатган С. Машкова ўзининг “Интернет журналистика” китобида²³. Айнан мультимедиавийлик хусусиятига кўра интернетда қўлланиладиган мультимедиавий жанрлар ахборотни тақдим этишнинг турли – аудио, визуал, кинетик омилларни жамлайди. Жанрларнинг моҳияти – тасвир элементлар комплексини истеъмолчига тушунарли тарзида етказиб бериш (вербал, график, овоз, фотосурат, матн, видео, анимация)ни назарда тутати. Онлайн контент анъанавий матн шаклидаги маълумотни турли ахборот технология дастурлари билан бойитишга муваффақ бўлди. Мультимедиавий технологиялар аслида бошқа ОАВ турларида ҳам кенг фойдаланилади; бунга радио интерактив эшиттиришлари, телевидениедаги турли жонли кўрсатувлар, матбуотнинг ўқувчи билан ўзаро хат алмашишини мисол қилиш мумкин. Аммо тармоқда фойдаланувчи мазкур жиҳатларнинг барини яхлит, битта усулдаги йиғиндисини кўриши, танлаши, қайта ишлаш ва бевосита узатиши мумкин. Қолаверса, тармоқ модули, оммабоплиги, интерактивлиги, гиперматнга бойлиги, турли тил тасвири ҳамда дастурий таъминоти билан эътиборга молик. Шунингдек, тўрт асосий хусусият унинг синхрон фаолиятини таъминлайди: асосий элементлар, синтетик шакллар, мультимедиавий дастурлар ҳамда лойиҳалар.

Калифорниянинг Беркли университети журналистика мактаби тадқиқотчилари интернет медиа контентидаги мультимедиавий ҳикояларни икки турга бўлган: **тартибли** ҳамда **тартибсиз**²⁴. **Тартибли** мультимедиа ҳикояларида

²³ Машкова Г. Интернет-журналистика: учебное пособие. Изд-во тамб. гос. Техн. ун-та, 2006. – С. 15-80

²⁴ URL: <http://www.multimedia.journalism.berkeley.edu>

мавзунинг муқаддима ва интиҳо нукталари мавжуд. Воқелик узвий кетма-кетликда ҳавола қилиниб, матнга доир барча хариталар, схема-жадваллар, расмлар, блогларга тегишли ҳаволалари, инфографика белгилари тақдим этилади. **Тартибсиз** ҳикоя эса хотимасиз якунланиши ҳам мумкин. Интернет журналистлари томонидан мультимедиавий ҳикоя, гиперматнларни тузишда энг кўп қўлланилаётган мультимедиавий жанрларга лонгрид, инфографика, сторимэпс ва таймлайнни мисол қилиш мумкин.

Бугунги кун амалиётчи журналистлар оммага тақдим этиладиган ахборотни имкон қадар қисқароқ қилиш, уни медиаматн шаклида дастурлар билан бойитишга интилоқда. Интернет тармоғининг 60 фоизини мобил фойдаланувчилари ташкил қилгани боис, маълумотларни соддалаштириш ва мукамаллаштириш асосий вазифадир. Миллионлаб ахборотлар қуршовида яшаётган омма барча янгиликларни бирдек ҳазм қилиши бироз мушкул. Шу боисдан, ОАВ жумладан, интернетда ҳам узун шаклдаги матнларни дестройизация (бузиш, синдириш) қилиш амалга ошмоқда. Енгил, осон тилда ёзилган матн, расм, видео, графика ҳамда овозлар билан бойитилган маълумотларга нисбатан талаб катта. Бошқа ОАВлардан фарқли равишда интернет турли ахборот “чиқинди”ларига тўла майдонда фаолият олиб боради. Бу маълумотларни ўқувчига тақдим этишдаги улкан тўсиқни англатади. Айнан мультимедиавий жанр ечими ҳам мазкур вазият тақозоси билан юзага келган деб айтиш мумкин. “...у **“матн+овоз+видео”** тартибида элементлар билан бойитилиши шарт”– деб таърифлайди россиялик олим Качкаева А.²⁵ Тармоқдаги мультимедиавий жанрлар қамрови, хусусияти, матн таркибига кўра, тасвирий, синтетик, аудио, видео жанрлар комплексига бўлинади.

²⁵Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. Качкаевой А. – М.: 2010. С. 129- 200

Тасвирий тур жанрлари

Мультимедиаининг энг кўп қўлланиладиган тури сифатида таркиби кичик инфомолекуляр ахборот бирлиги ва элементларидан ташиқил топади. Асосий вазифаси мавзу ғоясини визуал ифода этиш ва тушуниш имкониятини кенгайтиришидир. Тасвирий турда албатта тасвир элементлари пешқадамлик қилиши барчага маълум. Аммо интернетдаги барча ахборотни тасвирий тур жанри дейиш мушкул. Сабаби ҳозирги вақтда оммалашиб бораётган тасвирий тур жанрларида симбиоз ҳолат яъни вербат+визуал матнларнинг аксланишини кўриш мумкин. Онлайн тармоқ фаолияти таҳлил қилиниб қуйидаги тасвирий тур жанрлари танлаб олинди. Жумладан:

Фоторепортаж. Фоторепортаж фото журанлистиканинг энг ривожланган муҳим бўғини саналади. Асосий мақсад содир бўлаётган жараённи тасвирга олиш ва шу орқали муносабат билдиришни назарда тутати. Бу аудиторияда катта таъсир уйғотувчи кучли восита ҳисобланади. Фото лента, фото коллаж ёрдамида мазунинг визуал ҳикоясини баён этиш. Ҳозирда муаллифлар кўпроқ тасвир ва фотосуратлардан фойдаланади; матн эса деярли акс этмайди. Маълумотлар кетма-кетлигида жойлаштирилган фотосуратлар жамланмаси мазунинг ғоясини тўлалигича акс эттириб, қўшимча изоҳга ҳожат қолдирмайди. У қуйидаги хусусиятларга эга бўлиши керак:

➤ вақт – суратлар воқеаларнинг хронологик контекстида муҳим аҳамиятга эга.

➤ объективлик – вазият фотосуратлар ҳақиқий ва жонли бўлишини талаб қилади.

➤ тартиб – тасвирда акс эттирилган ҳолат ўқувчига тўлиқ маълумот бериши учун элементлари ва воқелик батартиб акс этиши лозим. 1880 йилга қадар босмаҳоналарда чоп этилган газеталарнинг сифатсизлигига юқори даражадаги фотография чоп этиш имконини бермаган. Қолаверса матбуот нашрларидаги илк фоторепортажлар махсус саҳналаштириш орқали суратга туширилган. Уилям Симпсон ва Рожер Фентон

томонидан олинган фоторепортажлар айнан шу йўсинда амалга оширилган. London News, The Times каби йирик нашрлардаги фотолавҳалар ҳам худди шу тартибда суратга олинган репортажлардан фойдаланган²⁶.

Xabar.uz сайтининг айнан фотохабарлар номли рукни мавжуд; унда янгиликлар ортиқча изоҳларсиз фотосуратлар орқали акс берилади. Масалан: “Сенатнинг ялпи мажлиси қандай ўтмоқда?”, “Футбол ривожига бир қадам”, “Шимолий Кореяда янги утопия шаҳар қурилди”, “Кўнгил кўзи лойиҳасидан яна бир хайрли тadbир”, “Фарғонада спорт қандай ривожланмоқда?”, “Контрабандачилар қандай усулларни қўлламоқда”, “Тошкентдаги ғалаба боғи концепцияси тақдим этилди”, “Президент Ўзбекистон саноат ярмаркаси ва кооперация биржаси билан танишди” кабилар мазмунини фақат фотосуратлар акс эттирганини кузатишимиз мумкин²⁷. (14.12.2019). Миллий онлайн нашрларимизда тақдим этилаётган аксарият фотолавҳаларда кўпроқ муаллифнинг субъектив фирки ва “мен”и устунлик қилади.

Слайд тақдимот – анъанавий тақдимот турига ўхшаб бир мавзуга оид кетма-кет манбалар жойлаштирилади. Унда фото, матн элементлари акс этади. “The times” журналининг электрон форматидаги аксарият мақолалар слайд тақдимоти шаклида. Интернетда слайд тақдимотини яратишга ихтисослашган минга яқин сайтлар, махсус дастур ва инструментлар мавжуд. ProShow Gold, Pro Show Producer, Canva, Movavi-слайд шоу, Фото-шоу Pro сингари слайд яратишга ихтисослашган махсус дастур жамланмаларини мисол қилиш мумкин. Ушбу дастурлар жамланмасида слайд яратишнинг 300 дан ортиқ онлайн инструментлар элементлари қамраб олган. Ҳар бир слайдерларнинг ўзига яраша афзаллик ва камчилик томонлари мавжуд бўлиб, ундан фойдаланиш муаллиф маҳоратига боғлиқ. Масалан, **Prezi**- сайти тармоқдаги энг оммабоп презентация ва тақдимотлар яратувчи сайт бўлиб, ҳар бир жараёни автоном ҳолатда бошқариш мумкин. Қолаверса инструментларни катталаштириш

²⁶W. Simpson The criteria of photograph. New Ireland pub. Irsk. 1890.

²⁷URL: <http://www.xabar.uz/photo>

zooming эффекти киритилган. Аммо унда презентацияларда тез-тез учраб турадиган молиявий ҳисоб-китоб созланмаси йўқ. Ёки **ProShow Gold** – фотосуратларни профессионал даражадаги слайд-шоу яратишга ихтисослаштирилган. Аммо фотосуратларни фотошоп дастуридаги каби тўлиқ форматда таҳрир қилиб ўзгартира оламайди. Фойдаланиш интерфейси жиҳатидан анча соддалаштирилган бўлса ҳам бир вақтда турли дастурлардаги ҳамкорлик тизими киритилмаган.

График жанрлар – мажмуида-матн 3 Д тасвир элементи, турли график суратлар, белгилардан фойдаланилади. График жанр матн ёки видео шаклида ҳам бўлиши мумкин. www.takiedela.ru онлайн нашрида барча маълумотлар график жанрларда ифода этилади. График жанрлар бирор бир мақола ичида уйғун ҳолатда диаграмма, гистограмма каби кўринишда учраши ёки умум инфографика тарзида тақдим этилиши мумкин.

Синтетик жанрлар

Интернет ахборот воситаси ўзида матбуот, телевидения, радионинг ҳамкорликдаги курама форматини фойдаланувчиларга тақдим этгани барчага маълум. Жумладан, жанрлар йўналишида ҳам анъанавий матбуот турлари, тармоқ жанрлари ёки қоришув-синтетик жанрларни ҳам кузатиш мумкин. Синтетик жанрлар деганда бир ахборот бир неча восита ва жанрларнинг қоришуви назарда тутилади. Бунда муаллиф барчасига профессионал ёндашмайди. Масалан, интерактив видеосюжетда ахборотнинг видео тасвири билан бирга матн, янгиликлардаги шарҳ ёки матнли мақолади овозли ёзувлар ҳам акс этиши мумкин. Синтетик жанрларнинг гибрид жанрлардан фарқи унда мазкур турнинг анъанавий туб хусусияти сақланиб қолинган. Масалан аудио+тақдимот- бунда кўпроқ тақдмотга, видео+шарҳ- асосан шарҳга урғу берилади. Хабар.uz сайтидаги “Яна” саҳифасидаги хабарларда жанрлар қоришуви мавжуд. Синтетик жанрларга қуйидагиларни мисол қилиш мумкин:

- **Аудиотақдимот.** Тақдимот форматидаги хабарнинг аудио маълумотлар билан бойитилиши. Бунда бирор мавзуга

бағишланган тақдимот овозли ёзув ҳам киритилади. Хабар.uz, хабардор.uz, kun.uz, human.uz каби сайтларда аудиотақдимот жанридаги янгиликлар тасмаси мавжуд (18.11.2019). аммо уларда синтетик жанрлар ҳолати кузатилмайди. The Sunday times журнаlining электрон форматида айнан аудитақдимот турнинг минглаб намуналари мавжуд.

- **Интерактив видеосюжет.** Бирор бир муаллиф энг сўнгги тенденциядаги мавзуларга бағишлаган видеотасвирларни суратга олиб тармоқда эълон қилади; видеохабарни кўрган кузатувчилар ўз бунга жавобан жавоб шарҳларини бевосита видео ёрдамида амалга оширади. Масалан, долзарб мавзуда тасвирга туширилган видео репортажга жавоб моновидео, яъни, бир кишининг тасвирий монологи, нутқи ёки шарҳсиз видео тасвирлар шаклида амалга ошади. Ntv.ru сайтидаги аксарият янгиликлар интерактив видео шаклида оммага тақдим қилинади. Сайтдаги шарҳларга қўшимча тасвирий ёзувларни киритиш созиламаси ҳам кўзда тутилган.

- **Мультимедиавий ток-шоу.** Телевидениега хос ток-шоу жанри асримизнинг сўнгги чорагида интернет тармоғидаги блоглар, ижтимоий тармоқларда ҳам кенг урфга кирди. Унда мавзу фойдаланувчилар томонидан турли шаклда муҳокама қилинади. Яъни, овозли аудио ёзувлар, шарҳ ёзма матн, овоз бериш орқали мониторинг усули, хатлар, жонли телефон ёки онлайн эфирни шу қаторга критиш мумкин. “Просвещение” телеканалининг “Борьба идей” кўрсатуви (18.02.2020) мультимедиавий ток шоуининг ёрқин намунасидир.

- **Мультискрипт.** Мультимедиавий маълумотларни етказиб беришнинг янги формати бўлиб, аудиторияга катта ҳажмли манбалар, бир нечта турли форматларни бириктиради. Мультискриптда турли ҳажмдаги таркиб, видео формат ва стенограмма қамраб олинади. Унинг бошқа аралаш турдаги жанрлардан фарқи бир неча форматлар (raw, videoplayer, mp3, mp4, 2D, 3D,) жамлай олишидир. Унда айнан томошабинга қизиқ бўлган мақола қисми транскрипт дастурида тез ва юқори аниқлик билан танлаш, кўриш имконини беради. Интернетдаги Риа новости сайти мультискрипт жанрига ихтисослашган сайт

сифатида ташкил қилинган²⁸.

● **Интерактив инфотейнмент** – ўқувчиларни жалб қилишнинг янги йўналиши сифатида ахборотларни диққатни тортувчи усулларида кенг фойдаланиш демакдир. Кўнгилочар мазмундаги қизиқарли мавзулардан фойдаланиш орқали бошқа соҳаларни ҳам ёритиш назарда тутилади. Мисол учун, икки сиёсатчи ошхонада таом тайёрлаётганда мавжуд сиёсий жараён ҳақида баҳс юритиши ёки йўлдаги суҳбат-диалог вақтида турли шарҳларни ўқиш, муносабат билдириш кабилар. Доимий шарҳлар, видео ва аудио суҳбатлар жонли тарзда давом этиши шарт. “Кулинарный телешоу” – кўрсатувида иштирокчилар жонли равишда аудитория фикри билан танишиб бориши мумкин.

Синтетик жанрларга мисоллар ва қиёсий таҳлиллар

Синтетик жанр тури	Манбаси	Таркиби	Тўб таркибий жанрлар фрагменти
Аудио такдимот	Xabar.uz, kun.uz, human.uz	Овозли ёзув	шарҳ+интервью +хабар+суҳбат
Интерактив видеосюжет	Ntv.ru	Видео лавҳа	Лавҳа+хабар+суриштиритув
Мульти-медиавий ток-шоу	“Просвещение” телекўрсатуви	Телекўрсатув+интерактив суҳбат	Ток-шоу+суҳбат +интервью +корреспонденция
Мультискрипт	“Риановости” нашри	Матн+видео+ аудиостенограмма+	Видеолавҳа +хабар+репортаж+мақола +журналистик суриштирув +эссе+хат
Интерактив инфотейнмент	“Кулинарный телешоу”, НТВ, Телекафе	Телекўрсатув+интерактив овоз бериш	Теле-шоу +интервью

Аудио жанрлар

Подкаст – бу жанр илк маротаба журналист Бен Хармсли томонидан амалиётда қўлланилиб, доимий янгиланиб турувчи маълумотлар жамланмаси тушунилади. Кўпроқ онлайн радио ушбу жанрдан кенг фойдаланади. Одатда подкастлар маълум бир йўналишга ва мавзуларни ёритишга ихтисослашади. Илк маротаба 2004 йили Адам Карри интернетдаги подкастларни жойлаштирди. Тармоқдаги подкастлар AAC, Ogg/Vorbis, Flash Video, RSS, AVI ёки mp4 форматида бўлиб, исталган турдаги бошқа ахборот воситаси (музыка плеери, телефон ёки радиоплеер) орқали ҳам фойдаланиш мумкин бўлади.

²⁸ URL: <http://www.ria.ru>

Маҳсулот муаллифи профессионал журналист ёки ҳаваскор аудитория бўлиши мумкин. Подкаст аслида медиафайлларнинг доимий янгилашиб туриш хусусиятини сақловчи хостинг сайт бўлиб, видеоблог ёки интернет радиого яқин тур ҳисобланади. Аудио ёзувлардан ташқари ёнда матннинг овозли ёзувчини ҳам учратиш мумкин;

Аудио тасвир ёки Sound art – маълум бир қисмга тегишли аудио ёзувнинг бир бўлаги. Тасвирга мос овоз, шовқин қўлланилиши ҳиссий таъсирчанликни ошириш мақсадида фойдаланилади. Youtube контентида ана шу турдаги ҳам видео+овоз кўринишидаги гибрид ахборотларни учратиш мумкин;

Матннинг аудио формати – суҳандон ёки ихтисослаштирилган компьютер дастури томонидан ўқиб берилади. Асосан газеталарнинг онлайн нашрини йўлга қўяётган ОАВ орасида кенг оммалашиши кузатилмоқда. Унга қўшимча тарзда шовқин ва жонли овоз элементлари қўшилади;

Аудио сюжетда – анъанавий радиодаги аудио сюжет турига жуда яқин бўлиб, умумий ҳажми 60 сония давом этувчи турли овоз, шовқин фонидаги журналист ёки оддий тингловчи (томошабин, фойдаланувчи)нинг жонли мулоқоти. Яъни суҳандон+қаҳрамон асосий ўринда қолади. Kun.uz сайтининг “Аудиохабарлар” саҳифасида²⁹:

- “Жиноят кодексидан 2 та модда чиқариб ташланди” вақти-0:43, 02.12.2019;

- “ИИВ тизимида бир неча нафар собиқ ходим хизматга қайта қабул қилингани очикланди” вақти-0:43, 01.12.2019;

- “Биржа: бензин нархи янада қимматлади” 0:57, 06.12.2019;

- “Туркманистон собиқ ички ишлар вазири ва президент хавфсизлик хизматининг собиқ раҳбари қамалди” 0:37, 05.12.2019;

- “Тожикистон Ўзбекистонга электр энергияси экспорт қилишни тўхтатди”, 05:36, 12.2019;

- “Иссиқлик таъминоти учун электрон тўлов тизимга ўтказилади – Президент қарори” 0:29, 04.12.2019 кабиларни

²⁹ URL: <http://www.kun.uz>

мисол қилиш мумкин. Унда сухандон овози+музыка шаклида ёзилган.

Аудио жанрларга мисоллар

Мақола номи	манбаси	Аудио хабар ҳаҷми	Сюжет таркиби	жанри
<u>Умумий фойдаланишдаги автомобиль йўлларида фойдаланиш тартиби тасдиқланади</u>	https://kun.uz/news/audio/list	0:40	Суҳандон +шоғқин +музыка	хабар
<u>Ўзбекистон ҳукумати пахта теримига алоқадор янги қарор қабул қилди</u>	https://kun.uz/news/audio/list	0:51	Суҳандон+музыка	Хабар+интервью
<u>Миллий гвардия бўлинмаларига контракт бўйича ҳарбий хизматга номзодлар учун талаблар белгиланди</u>	https://kun.uz/news/audio/list	0:36	Суҳандон+музыка	Хабар+репортаж
<u>1 мартдан инкассатор хизмати учун ҳақ буюртмачи томонидан тўланади</u>	https://kun.uz/news/audio/list	0:42	Суҳандон	Хабар
<u>Тошкент давлат техника университетининг яна бир филиали ташкил этилади</u>	https://kun.uz/news/audio/list	0:44	Суҳандон+музыка	Хабар+репортаж+интервью
<u>Ҳукумат ихтисослаштирилган боғчалар бўйича янги қарор қабул қилади</u>	https://kun.uz/news/audio/list	0:43	Суҳандон+музыка	Репортаж
<u>Ўзбекистон ҳукумати давлат қарзига алоқадор қарор қабул қилди</u>	https://kun.uz/news/audio/list	0:48	Суҳандон+музыка	Репортаж+интервью
<u>Махфий бўлган айрим хариталардан очик фойдаланиш имконини берувчи ҳукумат қарори қабул қилинди</u>	https://kun.uz/news/audio/list	0:42	Суҳандон+музыка	Хабар +интервью

<u>Ўзбекистонда</u> <u>пичок олиб</u> <u>юрганлик учун</u> <u>маъмурий</u> <u>жавобгарлик</u> <u>белгиланиши</u> <u>мумкин</u>	https:// kun.uz/ news/ audio/ list	0:33	Сухандон+музыка	Хабар
<u>Тест топширмаган</u> <u>холда ойлик</u> <u>устама оладиган</u> <u>ўқитувчилар</u> <u>рўйхати</u> <u>кенгайтирилди</u>	https:// kun.uz/ news/ audio/ list	0:56	Сухандон+музыка	Репортаж+ха- бар+интервью
ОАВ: Тошкент шаҳри прокурори ишдан кетди	https:// www. xabar.uz/ audio	01:17	Сухандон+музыка	Репортаж+ха- бар+ин- тервью+коррес- понденция
Ўзбекистон илк бор муқобил энергетикани миллий бренд сифатида намоёниш этмоқда	https:// www. xabar.uz/ audio	01:36	Сухандон +музыка +шовкин	Репортаж+хабар
<u>Самарқанд</u> <u>шаҳридаги</u> <u>автобусларда</u> <u>электрон тўлов</u> <u>жорий этилди</u>	https:// www. xabar.uz/ audio	0:36	Сухандон +музыка +шовкин	корреспонденция

Хулоса қилиб айтганда, интернет тармоғи ўзидан олдинги ахборот воситалар (телевидения, газета, радио)ни қамраб олгани боис уларнинг таркибига кирувчи жанр, тур ва йўналишларга ҳам бой. Сайтлар фаолиятини кузатар эканмиз унда турли йўналишлар қоришувини кузатиш мумкин. Ушбу қоришув ҳам йўналиш ҳам жанр сифатида ахборотнинг таркибий қисмини тўлдириб уни мукамал тарзда ўқувчига тақдим қилмоқда.

2.2. Мультимедиавий жанр турлари ва уларнинг концептуал таснифи

Глобал тармоқ ўзидаги горизонтал ҳамда-вертикал алоқаси билан бошқа интерактив ахборот воситаларини бир қадар ортиди қолдирди. Унинг ушбу хусусияти барчага бирдек (ҳам фойдаланувчи ҳам журналистлар учун) ахборотни юклаш имконини тақдим этган. Шу сабаб тармоқда бирор юкланган ахборотга кузатувчи ўз фикрини турли усуллар ва жанрларда жойлаши мумкин. Масалан, шарҳ ёзиши, видео жойлаши ёки бошқа шу мавзудаги ҳаволаларни таъкидлаши мумкин. Тармоқ фойдаланувчилари ҳамда соҳа мутахассислари томонидан энг кенг қўлланилаётган оммабоп мультимедиавий жанрларга қуйидаги аралаш турларни таснифлаймиз.

Инфографика

Ахборот технологияларининг жадал ривожланиб бораётган даврида ахборот ҳажмини қайта ишлаш ва тақдим этишнинг самарали усулларини излашни талаб қилади. Бугунги улкан ахборот оқими даврида маълумотларни аудитория талабига мослаб қизиқарли шаклда етказиш долзарб вазифалардан саналади. Кенг миқёсдаги аудиторияга эга бўлишдаги асосий калит бу маълумотларни содда, тушунарли тилда тақдим этишдир. Кундалик ҳаётдаги реклама, интернет, компьютер, оммавий ахборот воситаларидаги хабарлар ҳамда турли маъиший маълумотлар инсоннинг янгиликларни қабул қилиш жараёнини қийинлаштиради. Ана шу тигиз маълумотлар орасида омма эътиборини қозониш, айнан аниқ бир маълумотга идрокни қаратиш журналистлардан юксак малака талаб қилмоқда. Шу боисдан аудитория эътиборини қаратиш ҳамда маълумотлар мукамаллигини ошириш борасидаги бир қатор янги йўналиш ҳамда жанрлар соҳага кириб келмоқда. Янгиликларни тақдим этишнинг ўзгача усулларида бири бу-Инфографикадир.

Инфографика сўзи латин тилидаги “*informatio*”- хабар бериш, тушунтириш, тақдимот, юнонча “*γραφικός*” – ёзиш, яъни ахборотни ёзув орқали тақдим қилиш усули демакдир. Яъни ахборотни турли дизайн, расм, график маълумотлар

орқали қисқа, аниқ лўнда қилиб етказиш йўналиши хисобланади. Инфографиканинг қўлланилиш доираси жуда кенг: география, журналистика, таълим, иқтисод, статистика, сиёсат, техника фанлари. Яъни катта ҳажмдаги маълумотларни вақт ва макондаги объектлар воситасида янада аниқроқ тенденциялар орқали намойиш қилиш ҳамда ғояларни визуаллаштиришни назарда тутати. Инфографикада тасвирдан ташқари диаграммалар, блоклар, жадваллар, хариталар, рўйхатлар ҳам кенг қўлланилади. Бугунги кунда инфографиканинг моҳиятини тушуниш вазифаларини англаш учун унинг тарихига мурожаат қилиш керак. Америкалик психолог профессор Майкл Френдли инфографикани XII асрда энг биринчи диаграммаларнинг пайдо бўлишига боғлайди³⁰.

Айрим тадқиқотчилар эса ушбу йўналишни Daily Courant газетасидаги турли мақолалар туфайли юзага келганини таъкидлайди³¹. Италиялик олим Альберто Каиро инфографика тарихини “USA Today” газетасидаги 1982 йилги мақолалар сабабли юзага келганини исботлаб берган³². Замонавий диаграммаларнинг асосчиси сифатида Уилям Плейфейр эътироф этилади. Сабаби у 1786 йили “Commercial and Political Atlas” журналида илк маротаба турли график суратлар ва диаграммаларни жадваллардан фойдаланиб ўз мақоласини чоп этишга муваффақ бўлган. Аммо график маълумотларнинг илк фойдаланиш амалиёти аслида тош асрига бориб тақалади. Қадимги одамлар ҳаётини ифодаловчи турли қоятошларга чизилган графикали маълумотлар тўпламини иптидоий чизмалар, хариталар ҳам инфографиканинг биринчи намуналаридан дейиш мумкин.

³⁰ Michael Friendly. A Brief History of Data Visualization // Psychology Department and Statistical Consulting Service York University, 2006. – 43 p.

³¹ Баранова Е.А. Все, что вы должны знать, если хотите развивать инфографику на газетном сайте // Электронный научный журнал МГУ имени М.В. Ломоносова «Медиаскоп». – 2013. – №4. – С. 8. Matter) // 2012. – 384 p.

³² Cairo Alberto. The Functional Art: An introduction to information graphics and visualization (Voices That

Умуман график маълумотлар тарихининг ривожланиш босқичлари қуйидагиларни қамраб олади:

1. Бирламчи инфографика

—милоддан аввалги 33 минг йилликда фойдаланилган. Палеолит асридаги Homo Sapiens қаламига мансуб тош қояларга битилган чизмалар киради. Унда асосан ов



қилиш жараёни, умумий қабила ҳаёти ифодаланган. Қоялардаги суратларда ҳайвонлар ва инсон тасвири жой олган. Ушбу намуналар Франция ғоридан топилган бўлиб, айнан Палеолит асрига тегишли умумий маълумотлар, инсонларнинг яшаш тарзи, иш курали, ов жараёни ҳақида тасаввур уйғотади. Таъкидлаш жоизки ушбу суратлар муаллифнинг ҳаёлий образлари сифатида чизилган бўлиши ҳам мумкин³³.



Француз археологи Анри Эдуар Проспер Брейль Ласко ғорларидаги топилмаларни ўрганиб қуйидаги хулосага келган: “...ғор суратларини чизишда фойдаланилган график белгилар, расмлар мазкур даврнинг сўзлашув белгиси бўлиши ҳам мумкин”. Демак инфографиканинг илк намунавий аجدодлари бўлган девор чизгилари ҳам маълум маънодаги матннинг моҳиятини бериш учун хизмат қилган бўлиши мумкин. Хуллас девор тош битиклари қабилаларнинг ўзаро коммуникация воситаси сифатида ҳам фойдаланилган;

2. Илк инфографик хариталар. (Эраמידан аввалги 3-1 минг йиллик). Ер сайёраси инсон томонидан доимо ҳар томонлама ўрганиб келинган. Она заминнинг табиати, об-ҳавоси, коинот сирлари ҳам шулар жумласига киради. Айниқса қадимдан инсонлар орасида хариташунослик илми жуда кенг тарқалган бўлиб, бу мамлакат қироллари, олимлар

³³ Фролова М. А. История возникновения и развития инфографики. <https://cyberleninka.ru/article/n/istoriya-vozniknoveniya-i-razvitiya-infografiki/viewer>

томонидан ҳам қўллаб қувватланган. Сабаби хариталар мамлакат ҳудудини белгилаш, бирор манзилни топиб бориш, икки оралиқ масофани аниқлаш каби турли иқтисодий, сиёсий ва стратегик вазифаларни бажарган. Ана шундай хариталар график тасвирлар, белгилар, ёзувлар, махсус индекслар ёрдамида яратилган. Бизга қадар етиб келган қадимий намуна сифатида лой тахтачага битилган “Вавилон дунё харитаси”ни айтиш мумкин. Унда Вавилоннинг давлат чегаралари, тоғлари, дарёлари ҳамда умумий ҳудуди тасвирланган.



Яна бир қадимий намуна сифатида Птоломейнинг эрамиздан аввалги II асрда яратган дунё харитаси ҳам мавжуд. Ушбу харитадан фойдаланиб Колумб Ҳиндистонга йўл олгани тарихдан маълум.

Шунингдек, XVI асрда Усмон империяси томонидан Пири Реис (Хожи Мухиддин Пир ибн Хожи) муаллифлигида биринчи дунё

харитаси тузилган. Ушбу хаританинг бошқалардан фарқи унда ҳозирги замон хариташунослигига оид аниқ далиллар, жадваллар ва кўрсаткич белгилари мавжуд бўлган. Қолаверса, муҳим шаҳарлар, порт манзиллари, қитъалар жойлашуви, шимол, жануб томонлари, Ўрта ер денгизи, Канар ороллари, Атлантика океани каби тасвирлар ўрин олган. Юқоридаги хариташуносликда кенг фойдаланилган диаграмма, жадвал, навигацион кўрсаткичларнинг барини инфографик белгиларнинг иптидоий илк намуналари дейиш мумкин;

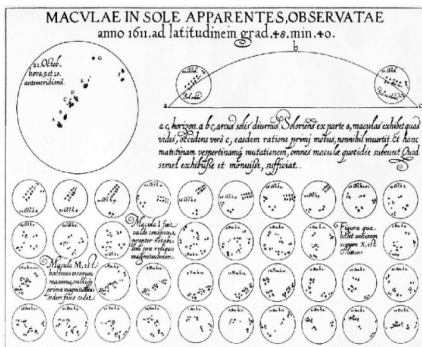
3. Бир ўлчовли инфографика. 1532- 1580 йилларга қадар. Микдор маълумотлари, жадваллар,

ўлчов бирлик-ларини ифодалашда қўлланиладиган энг қадимий график тур ҳисобланади. 1530 йилда инклар томонидан яратилган Кипу белгилар (Quipu)³⁴ тизими бўлиб, жундан тўкилган иплар ёрдамида тугун ҳосил қилиш орқали бирор текис таёққа тизилган. Арқончалар турли узунликда бир неча шаклдаги тугунчалардан ташкил топган. Ушбу турдаги ҳисоблаш усуллари орқали бугалтерия ҳисоби, марказий мониторинг қилиш, диний, иқтисодий, молиявий масалалар ечиб борилган. Бир ўлчовли графиканинг бош ипидоси бўлган ушбу усулда арқончалардаги бир неча белгичалар аниқ бир сон ёки маъно англатган;



4. Илк диаграммалар.

Қадимдан инфографика белгилари турли соҳаларда қўлланилиб келинган бўлса ҳам, ўрта асрларда кенг фойдаланила бошланди. Айнан ушбу даврдаги график белгиларга биринчи глобусда қўлланилган маркировкалар, дунё харитаси атласи, иқтисодий ҳисоблаш жадваллари, математик янги назариялар билан боғлиқ ўлчов бирликлар белгиси юзага келган. Ҳар бир йўналишда диаграммалар турли даржада ўзининг инъикоси топган;



диagramмалар турли даржада ўзининг инъикоси топган;

5. Инфографик тамаддуннинг бошланиши. 1600-1699 йиллар. XVII асрдаги турли хариташунослик илми ва бир қанча ихтиролардан сўнг белгилардан фойдаланишга бўлган эҳтиёж янада ортди. Муҳим илмий янгиликларни ифодаловчи сўз белгилари, масофа, макон ва замон ўлчови,

³⁴Кипу ёки кхипу турли ип, мато ёрдамида тугунчалар тўкиш орқали ҳисоблаш техникаси. Бир қанча ўнлик, бирлик, юзлик санок сонларнинг мураккаб кўп хонали сонларнинг бирикмасини ҳосил қилади.

вакт бирликлари, назариялар ҳамда турли ғояларни англатувчи умумий элементлар зарурати туғилди. Ушбу даврда масофа координатлари, геометрия, алгебра назариялари, таҳлил усуллари кашф этилди. Турли иқтисодий мониторинг, демографик ўлчов статистикаси, эҳтимоллик назариялари пайдо бўлиб, уларнинг барида график белгиларнинг янгидан янги турлари ўйлаб топила ва амалда қўлланила бошланди. 1630 йилда Кристофер Шайнер (1573- 1650) томонидан “Бирликдаги кичик қўпликлар” деб номланган маълумотларни визуаллаштириш усули фанга бир қанча янги белгиларни қўшилишига сабаб бўлди³⁵. У ўйлаб топган белгилар орқали куёшдаги газ доғларининг бир ой муддат давомида неча маротаба ўзгариши тасвирланган. Шунини таъкидлаш кераки ушбу статистик белгилар бир қанча ғоявий ноаниқ назарияларни визуаллаштириш имконини берди. Кейинчалик статистик графика бўйича Эдвард Тафтининг “Катта ҳажмдаги маълумотларни визуаллаштириш” китоби Шайнер ишининг мантиқий давоми ҳисобланади. Ушбу китобда тадқиқотчи кўп ўлчовли мураккаб маълумотларни осон ва енгил тақдим этишнинг бир неча юзлаб намуналарини тушунтириб берган³⁶. Асосан графика ва дизайнга йўналтирилган ушбу рисола хариталар, тақдимотлар, жадваллар, статистик графикалар, фотосуратлар, компьютер интерфейслари, мониторинг белгиларини ажойиб ва содда тилдаги мисолларда қамраб олган;

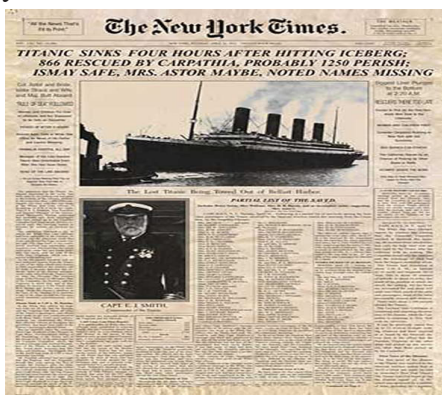
6. Янги график шакллар – 1700-1799 йилларда. Соҳаларда ихтиролар сони ошгани сари мавҳум бўлган сон ва белгиларнинг янада аниқроқ ифодалаш зарурати пайдо бўлди. Масалан, хариталарда нафақат географик жойлашув манзили балки мамлакатларнинг контур нукталари, томонларнинг масофавий бирликлари, денгиз ва дарёларнинг бошланиш ҳамда тугаш манзили, жой номларини ҳам ифодалашга эҳтиёж туғилди. Геологик жойлашувлар, соҳага мўлжалланган турли хариталар, ҳисоб-китоб усуллари, тиббиёт белгилари каби янги визуаллаштириш услублари ўйлаб топилди. Ҳам

³⁵ http://infographer.ru/short_history/

³⁶ <https://store.artlebedev.ru/>

матн ҳам график усулларни қўллаш орқали ахборот бериш намуналари йўлга қўйилди. Бунга Жак Барбё Дюбурнинг хронографик картасини мисол қилиш мумкин. У яратган намунада вақт кетма кетлигидаги тарих мужассам. Жак Барбё Одам атодан то Европа маърифат даврига қадар бўлган маълумотларни белгилар орқали вақт кетма кетлигида синхрон визуаллаштиришга муваффақ бўлган³⁷.

Ушбу усулда яна бир олим Жозеф Пристлейнинг хронографик ишини давомий намуна сифатида келтириш мумкин. Жозеф тарихнинг 2000 нафар машхур инсонларини параллел равишда битта харитага хронологик кетма кетликда жойлаштирди. Унинг уринишини нафақат инфографик намуна балки таймлайн йўналишидаги мукаммал иш сифатида қайд этиш мумкин.



1702 йилдан бошлаб инфографика оммавий ахборот воситаларига ҳам кириб кела бошлади. Илк матбуотда қўлланилган намуналарга The Times, USA Today, Daily Courant, The Guardianдаги уринишларни келтириш мумкин. 1912 йилда The Times Титаник кемаси ҳалокати ҳақида хабар

инфографик фотосуратлар ёрдамида биринчи саҳифада акс этирилган. Унда Титаник кемаси ва бир неча шарҳлардан иборат воқеа тафсилоти берилган эди. Илк график белгиларини қўллётган матбуот намуналари ўқувчилар томонидан қаттиқ танқид остига олинган эди. Айниқса газетхонлар янги йўналишда ёзилган визуал мақолаларни саҳифани тўлдиришнинг жўн усули сифатида салбий баҳолаган. Вақт ўтиб матбуотда қўлланилаётган график йиғиндилар сони мукаммаллашиб, кенгайиб борди. Бугунги кунда матбуотда

³⁷ The portable lightning rod, or the umbrella-lightning rod of Barbeu-Dubourg, 19th century». imagestate

нашр қилинаётган инфографик мақолалар ҳар томонлама мукамал бўлиб, воқеликнинг бутун моҳиятини қамраб олмакда;

7. Замонавий инфографика даври – 1850 йилдан бошлаб Эдвард Тафти асос солган визуаллаштириш усуллари орқали инфографикани мукамаллаштиришда турли янги усуллар ўйлаб топила бошланди. Турли компьютер дастурлари, дизайн соҳасидаги ихтироларнинг таъсири натижасида чизикли, айлана, жадвал, устунчалар шаклидаги янги графикалар қўшилди. Иқтисодий мониторинг шакллари нафақат молиявий маълумотлар балки журналистика, сиёсат каби соҳалар маълумотини акс эттиришда кенг фойдаланилди. 1844 йилга келиб, диаграммаларнинг турли намуналари, уч чизикли жадвалга солиш усуллари, чизикли диаграмма, гистограммалар, бир устунли айлана смарт шакллар ҳам ўйлаб топилди;

8. 1900-1950-1975 йиллардаги ривожланиш жараёни. 1900 йилда ўқувчилар кенг, тартибли ёзилган таҳлилий мақола ва хабарларга кўпроқ қизиқиш билдира бошлагани боис график тасвирларнинг қўлланилиши биров сусайди. Аксари хорижий нашрлар матбуот контентини турфа хиллигини ошириш мақсадида бот бот инфографик тасвирлардан фойдаланар эди. Аммо бу заруратдан эмас балки газета журналлардаги дизайн туфайли амалга оширилган. Фақат 1970 йиллардагина ахборотни визуаллаштиришга бағишланган турли технологик усуллар аста секинлик билан оммалашиб борди. Ахборотнинг енгиллаштиришнинг график усулига бўлган талаб ўз заруратини яна тиклаб борди. Илк анимацион моделлар, 2 D, 3D форматидаги прототиплар шаблони пайдо бўлди. График шаклдаги бир қанча параметрли визуал суратлар амалиётда кенг таъсис этилди;

9. Интерактив инфографика – 2000 йиллар. XX асрда амалга оширилган техник тараққиёт натижасида компьютер дастурларида исталган мураккабликдаги шаклларни яшаш, турли катталиқ ва кенгликдаги ҳажмни акс эттириш имкони туғилди. Open office, Grapher, Color draw, Paint, Photo shop,

Coral maker каби дастурлар ёрдамида графикани қўллаш имкониятлари ошиб борди. Ушбу график белгилар интернет тармоғидаги гиперҳаволалар орқали турли манзилларни бирлаштириб тургани боис ўқувчи тақдим этилаётган инфографика орқали қўшимча маълумотларни олиш имкониятига эга бўлди. Оммавий ахборот соҳаси айниқса интернетдаги онлайн нашрларда кенг қўлланилаётган инфографик хабарлар турли жанрлар билан уйғун ҳолда тақдим этилмоқда. Тармоқда инфографика+таймлайн, инфографика+слайд тақдимот, инфографик-лонгрид, инфографик видеосюжетларни ҳам учратиш мумкин. Ушбу усул орқали янада кенгроқ маълумотларни қамраб олиш, ўқувчига ғояни енгил тушунтириш ва моҳиятни биргина белгилар орқали англатиш имкони туғилди.

Бугунги кунда инфографиканинг энг кенг тарқалган усуллари сифатда қуйидагиларни мисол қилиш мумкин:

- Статистик инфографика-статистик маълумотларни ифодалашда қўлланилиб, диаграмма, жадвал, гистограмма каби графикалар кенг ишлатилади.

- Ахборий инфографика-асосан маълумот беришда қўлланилади. Исталган график белгилардан фойдаланиш мумкин.

- Хронологик инфографика-маълум бир вақтдан иккинчи вақтга бир даврга қадар бўлган жараёни қамраб олиб кўпинча тарихий воқеликни ифодалашда кенг қўлланиб келинади.

- Географик инфографика-хариташунослик жадваллари, географик маълумотларни ўзига қамраб олиб кўпроқ аниқ бир соҳа ёки фанга ихтисослашади.

- Таймлайн ёки иерархик инфографика-вақт кетма кетлигидаги жойлаштирилган аниқ бир жараён ёки воқеликни ёритувчи визуал маълумотларн жамланмаси.

- Таҳлилий инфографика-бир неча маълумотни ўзаро таҳлиллаш ва солиштириш имконини берувчи суратлардан

- Интерактив инфографика-тармоқда энг кўп қўлланилаётган тур бўлиб, фойдаланувчи график маълумоталарни танлаши, ёки шу мавзуга дахлдор бўлган

бошқа манбаларни ҳам кўриш имкониятига эга.

Инфографика маълумотларни визуаллаштиришнинг кенг тарқалган усули сифатида бугунги куннинг оммабоп йўналиши ҳисобланади. Шу боисдан тармоқда график гиперматн яратишга мўлжалланган бир қанча турдаги сайтлар, иловалар ва дастурлар кенгайиб бормоқда.

Қуйида берилган маълумотларда интернетда энг кўп қўлланиладиган самарали иловаларни таснифини кўриш мумкин:

1. Piktochart (<https://piktochart.com/>) сайти ёрдамида босма ёки онлайн нашрларга мўлжалланган исталган турдаги инфографика, график тасвирлар, такдимот, ҳисобот ҳамда турли лойиҳаларни яратиш мумкин. Унда энг оддий инфографикани визуал ҳикоя шаклида такдим этиш имкони мавжуд. Сайтда диаграммалар, интерактив хариталарнинг бир неча юзлаб тури исталган дастурда қайта ишлаш ва ижтимоий тармоқларга юклаш вазифалари ҳам киритилган. Мавзу танлаш имконини берувчи 2000 га яқин графика турлари мавжуд бўлиб, ундаги белгилар ҳамда элементлар бошқа сайтларда деярли учраймади;

Hohli Builder (<https://charts.hohli.com/>) ушбу сайт турли креатив график диаграмма ва гистограммалар яратиш, мониторинг жадвалларининг рангба ранг намуналарини ясашда қўл келади. Унинг бошқа иловалардан афзал томони муаллиф графикаларни яратаётганда ижодий ёндашиши, инфографиканинг нафақат илмий балки бадиий бўёқдор турларини ҳам ясай олиши мумкин;

Creately (<https://creately.com>) ушбу иловада ўқувчи ўз маълумотлари, тайёр шаблонлари ёки бошқа турдаги шаклларни жойлаши мумкин. Бошқа сайтлардан фарқи унда яратилган инфографикалар профессионал даражадаги сифатга эга бўлиб, 7 та тилда амалиётни қўллаш мумкин. Қолаверса фойдаланувчи нафақат график инфографика балки видео ёки ҳаракатланувчи тасвир графикаларини ҳам ясай олади;

Infogr.am (<https://infogram.com/>) энг осон фойдаланиш учун қулай ва содда график шакллари билан ажралиб турувчи

сайт ҳисобланади. Сайтда бир қанча иловаларни графикаларни яратиш ҳамда бепул юклаш имкони бор. Умумий миқдорда сайтда жами 40 га яқин турли диаграммалар мавжуд бўлиб, амалиёт горизонтал шаклда ифода этилади;

Visual.ly (<https://visual.ly>) расмий турдаги инфографик манбаларни тайёрлаш, сиёсий тақдиротларни яшашда кенг қўл келдаи. Асосан мониторинг, жадваллар ва айлана шаклидаги гистограммаларга бой.

Google charts- инфографик сатҳидаги 11 турдаги инфографикаларни яратиш имкони мавжуд. Улар: гистограмма, чизикли графикалар, диаграммалар, устунчалар, харита, граффа ва ҳкз. Сайтда қўшимча маълумотлар юклаш ва уни таҳрирлаш мумкин;

Vizualiza.me (<https://vizualiza-me-com>) исталган шаклдаги матнни инфографикага айлантириш имконияти мавжуд бўлган дастурлар тўплами. Унда ўқувчи ўзи учун керакли матнни танлаши ва калит сўзларни киритиши мумкин;

Easel.ly (<https://easily.com>) ҳозирги замонавий дастурлардан таркиб топган бўлиб, услуб, графика ва шрифтлари Drag ва Drag усулини қўллаш мумкин. 15 турдаги янги дастурлар ҳамкорлигида ишлаш мумкин;

Draw (<https://draw.io>) айнан инфографикани профессионал даражада яратиш имконини берувчи чуқурлаштирилган сайт бўлиб, унда бир қанча турдаги инструментлар мукамал шаклдаги график суратлар ва шакллари мустақил ифодалаш ва яшаш мумкин;

Visme (<https://visme.com>) бу сайт презентация ва слайдерлар яратиш учун мўлжалланган бўлса ҳам бир неча турдаги замонавий инфографика ҳам яраиш мумкин. Сайт 100 дан ортиқ бепул шрифтлар, фотосурталар, график элементлар, минглаю пиктограмма ва диаграмма шаблонлари, видеослайд ҳамда аудио ёзувларни ўз ичига олади. Қолаверса, жонли овоз ёзиш, тўғридан тўғри график иллюстрацияларни трансляция қилиш имкони бор;

Canva (<https://canva.com>) инфографика яратишнинг энг содда юклаш иловаси сифатида машҳур. Унда бир қанча

онлайн инструментлар, шакллар дизайнни санъат даражасига кадар сифатини яхшилаш имконини беради;

Cacoo (<https://cacoo.com/m/diagrams/>) энг кулай онлайн интсрументлардан ташкил топган бўлиб, бир қанча сатйлардан қўшимча графикалар ва каркас моделларни юклаш имконини беради. Қолаверса унда mind-mapping дастури орқали маълумотларни ташқи каналларга жойлаштириш, геоманзиллар, қўшимча маълумотларни саралаш вазифаси ҳам юклатилган. Қолаверса ушбу сайтда графикаларни жонли равишда чизиш ёки моделлаштириш мумкин;

OmniGraffle (<https://www.edrawsoft.com>) бепул график маълумотларни яратиш ва юклаш иловаси бўлиб, маълумотларни танлаш ҳамда саралаш мумкин;

Wordle – (<http://www.wordle.net/>) энг сўнги авлод график дастурларидан ташкил топган ушбу сайтда муаллиф оддий сўзлар ёки гаплардан матн киритиш орқали инфографикани яратиш манбаси ҳисобланади. Яъни матнни визуаллаштиришга ихтисослаштирилган.

Инфографикани яратиш усуллари

Инфографика одатда бирор бир маълумотни содда тушунарли тилда яратишнинг энг жўн усули ҳисобланади. Улкан маълумотлар оқими билан тўлиб тошган глобал тармоқда аудитория эътиборини тортиш ва ажралиб туришни истовчи муаллифлар ўз ғояларини айнан график элементлар ёрдамида тақдим этмоқда. Бугунга келиб график ахборотни тайёрлаш беш босқичда амалга оширилади:

1. Инфографикани яратишнинг ғоявий мақсадини аниқлаб олиш;
2. Маълумотларни йиғиш ва тартибга солиш;
3. Ахборотларни визуаллаштириш;
4. Инфографиканинг тахминий қолипни ясаб олиш;
5. Инфографика дизайнни яратиш.

Инфографикани яратишдан олдин диаграмма макетини ясаш ёки тайёрламоқчи бўлган график маълумотларнинг моҳиятини аниқлаштириб олиш керак. Бу ҳолатда аудитория учун аниқ фойдали бўлган долзарб масалаларни танлаб олиш

мақсадга мувофиқдир. Айнан яратилаётган инфографика учун мўлжалланган маълумотларни ҳам танлашда далилларга ва ҳолисликка таяниш керак. Халқаро тармоқда дақиқасига 2,7 млрд гигабайт маълумотлар алмашинади. Шу боисдан муаллиф яратаётган график ахборот нафақат эътиборни жалб қилиши балки:

- Мураккаб маълумотларнинг тақдимотини осонлаштиради. Бу график ахборот тўпламидаги кераксиз ахборотларни қисқартиши имконини беради;

- Онлайн нашр оммабоплигини оширишда ёрдам беради. Бирор турдаги онлайн нашр ёки веб сайт ахборотларни визуаллаштиришдан унумли фойдаланса, унинг контенти ўқувчилар орасидаги қизиқишнинг ортишига сабаб бўлиши мумкин. Тасвирлар ва турли график маълумотлардан ташкил топган контент бошқа турдаги контентларга қараганда 94% кўпроқ юкланганини исботланган³⁸;

- Ахборотни универсаллаштириб, уни исталган тилда ҳам тушуниш имконини тақдим этади. Интернет тармоғи туфайли бир мамлакат ҳудудида тарқалаётган ахборотдан дунёнинг бошқа бир ҳудудида ҳам ўқиш мумкин. Шу боисдан дунёнинг етакчи ахборот концернлари ўз маълумотларини тобора қизиқарли ва тушунарли шаклга ўтказишга интилоқда. Бунда маълумотларни визуаллаштиришга ўналтирилган турли жанр ва дастурлар қўл келмоқда.

Инфографикани яратишдаги асосий мезонлар

1. Тўлиқ маълумот йиғиш мезони; инфографика аниқ бир мавзуга бағишланган график маълумотлар тўплами бўлиб, катта миқдордаги матн маълумотларини визуаллаштиришга ихтисослашади. Шу боисдан мавзуга дахлдор бўлган қўшимча манбаларни қидириш, тўплаш уни ҳар томонлама таҳлиллаш мақсадга мувофиқ;

2. Коллтреккинг – мавзуни ҳар томонлама ўрганиш; аудитория қизиқишини уйғотиши мумкин бўлган бир қанча қўшимча манбаларни топиш. Муаммони ҳар томонлама далиллар асосида ўрганиш. Агар мавзуга доир аниқ маълумотлардан фойдаланилмаса, инфлграфиканинг дизайни

³⁸<https://sendpulse.com>

ҳар қанча бойитилмасин у ўқувчилар қизиқишига сабаб бўлмайди;

3. Далилларга таяниш – Мавзу ғоясини ёритиши мумкин бўлган аниқ рақамлар фоизлар, атоқли от, жой номлари, тадқиқот кўрсаткичлари ва далилларга таяниш амалиёти ҳар жиҳатдан визуал ахборотнинг ишончлийдигини орттиради;

1. Аутсорс услубидан фойдаланиш; муаллиф ёритмоқчи бўлган мавзуга доир ахборотни нафақат мустақил йиғиши балки аудитория фикри, шарҳлари, ҳаваскорлик видео, аудио манбаларига ҳам таяниб иш кўриши мумкин. Айнан Wikipedia, google, yandex ахборот порталларида ҳам худди шундай аутсорс амалиёти кенг жорий қилинган.

Демак, муаллиф ўзига маъкул бўлган исталган сайтни танлаб, йиғилган ва таҳлилларган манбаларга асосланган ҳолда график визуал матн яратиши мумкин. Бунинг учун сайтда тақдим этилган тайёр шаблонлардан бирини танлаб, унга инфографика маълумотарнинг асоси бўлган рақамлар ва далилларни жадвалга киритилади. Бугунги кунда интернет тармоғида тақдим этилаётган сайтларда инфографикани тайёрлашнинг тайёр қолиплари мавжуд. Муаллиф ҳеч бир қийинчиликсиз ўзига керакли шаклларни танлаб олиб, унга Excel, Word, Report дастурларига манбалар киритилади. Шаблонда тақдим этилган жадваллар ва диаграммаларнинг дизайни, ранги, шрифти ва қўшимча безак унсурлари, график жадвалларини ўзгартириш имкони бор. Аммо сайт тақдим этаётган шакллар доирасида амалга оширилади. Яратилаётган визуал ахборотга керакли бўлган қўшимча сурат ва видеофайлларни ташқи хостинг каналлари жумладан youtube, photosight, cameralabs, photoorg, fotosaity, photogenica каби манбалардан юклаш орқали олиш мумкин. Тайёр бўлган инфографика ахборотни исталган манба-ижтимоий тармоқ, платформа ёки сайтларга жойлаштириш мумкин. Шунингдек муаллиф ўзи яратган визуал ахборот манбасининг pdf форматини юклаб олиш ҳуқуқига эга. Яратилган инфографика маълумотда айнан муаллиф фойдаланган сайт логини ёки белгиси акс эттирилади.

Яратилаётган визуал ахборот қай тарзда бўлишидан қатъий назар уни оммабоплаштириш хусусиятига эга бўлган муваффақият элементларини қамраб олиши шарт. Бу дизайннинг мазму билан ҳамоханг тарздаги муваффақиятини кафолатлайди:

- ✓ аниқ аудитория учун мўлжалланганлиги;
- ✓ ранг лар ва дизайн бетакрорлиги;
- ✓ дизайн ҳамда мазмун уйғунлиги;
- ✓ сифатли фото, видеоманбалар, график элементлардан фойдаланиш амалиёти;
- ✓ ахборотни тўлалигича визуаллаштира олиш имконияти;
- ✓ мавзудан четлашмаслик ҳамда қизиқарли далиллар (рақамлар, жой номлари, фоизлар, тадқиқотлар)ни киритиш;

Юқоридаги хусусиятлардан келиб чиқиб, инфографик материалларнинг асосий вазифаси учга бўлинади:

1. Тадқиқот мониторинг натижаларини намойиш қилиш;
2. Визуаллаштириш орқали диққатни жалб этиш;
3. Рекреатив яъни кўнгилочар вазифаларни қамраб олади.

Яъни график маълумотларни яратаётган муаллиф имкон қадар аниқ рақамлар ҳамда саналарга эътибор қаратиши мақсадга мувофиқдир. Одатда визуаллаштирилаётган ахборотда ортикча деталлар “сув” яъни кераксиз маълумотлар олиб ташланади. Маълумотлар соҳа ёки мавзусига қараб аниқ мақсадга йўналтирилади.

Инфографика жанрларнинг матрицавий таҳлили

Манба	Мақола номи	Инфо-графика тури	таркиби	Жанрлар га бўлини ши	Умумий элемент-лар сони	Сюжет таркиби
https://ria.ru/multimedia_infographics/	Ремонт дорог в Москве — 2019	Анимацион инфо-графика	реконструктив	Сторий-мэпс+тайм-лайн	34	График, чизма, йўл харитаси, фото элементлар бирлиги
https://reality.ria.ru/20190926/1559146857.html	Как тепло попадает в квартиры москвичей	видео-инфо-графика	ахборий	Тайм-лайн+репорт-таж	3	Видео-сюжет-аудио-овоз, фото-элемент график тасвир-лар бирлиги

https://realty.ria.ru/	Счетчики на воду: полная инструкция пользователя	Анимацион инфо-графика	ахборий	Хабар+тайм-лайн	51	График элемент-лар, жадвал, статистик сўров-номалар, фото элемент-лар
https://www.xabar.uz/	Мальдивга ёрдам керак. Навбатда: Венеция, Санкт-Петербург, Барселона	Фото инфо-графикка	ахборий	Мақола	12	Фото лавҳа, график элементлар
https://www.xabar.uz/hodisa/ozbekistonda-10-kun-ichida-35	Ўзбекистонда 10 кун ичида 35 киши ЙТХ қурбони бўлди	тахлилий инфо-графикка	тахлилий	Тахлилий хисобот	35	Фото лавҳа, мониторинг жадваллари, хисобот натижалари, сўровномалар
https://www.xabar.uz/	АҚШ ва Эроннинг ҳарбий салоҳияти солиштирилди	Анимацион инфо-графика	Ахборий анимацион	Тахлилий-корреспонденция	21	мониторинг жадваллари, хисобот натижалари, сўровномалар
https://kun.uz/news/	Иктисодиётнинг турли соҳалари учун қўшилган қиймат солиғини хисоблаш тартиби	Анимацион инфо-графика	Ахборий анимацион	Рейтинг натижалари	153	График элементлар, мониторинг жадвал, гистограмма элементлари
https://kun.uz/	Ўзбекистон ўз рекордини янгилаш учун Жакартада нечта медал ютиши керак?	Интерактив инфо-графика	Ахборий анимацион	Тахлилий сўровнома	60	Матн, график анимация, диаграмма

Қисқача қилиб айтганда, бугун аудитория учун сониясига миллионлаб террабайт ахборот ишлаб чиқарилаётган бир пайтда унинг эътиборини қозона олиш муаллифдан катта маҳорат ва меҳнат талаб этмоқда. Соҳада янгидан янги усуллар, жанрларнинг қўлланиши унинг ахборот тақдим этишдаги имкониятини кенгайтираётганидан далолат. Инфографика айнан шундай кенг имкониятларни қамраб олган усул сифатида оммабоплашмоқда.

ЛОНГРИД (long read)

Бугун ахборотлар билан тўлиб тошган асрда маълумотларни мукаммаллаштириш, қисқартириш, аудитория эътиборини қозониш муҳим аҳамият касб этмоқда. Бир мақолада ҳам матн ҳам аудио-визуал манбаларнинг жамланиши, тақдим этилаётган ахборотни янада аниқ, қисқа, лўнда шаклларда, турли жанрларда ёзиш урфга айланди. Улар орасида ўзининг оммабоплиги ва бошқа жанрларга тубдан ўхшамаслиги билан ажралиб турувчи йўналиш бу “лонгрид” жанридир. У бошқа интернет жанрларидан ўзининг узун матнга бойлиги, бир ахборотда ҳам видео, графика, суратларнинг жамланиши билан аҳамиятланади. Лонгрид жанрида воқелик ва жараённинг барча элементлари акс этирилиши, тўлалигича қамраб олиниши кўзда тутилади.

Лонгрид формати (яъни узун матн турига кирувчи журналистик, адабий ижод турлари) интернет пайдо бўлгунига қадар матбуотда ҳам мавжуд бўлган. “The financial times”, “Geo” сингари журналларда ҳам унинг илк намуналарини учратиш мумкин. Матбуотда эълон қилинган лонгридлар узун матн ва турли туман иллюстратив безаклар ҳамда график чизмалар, фоторепортажлар билан бойитилган. Ҳарбий мақсадда кашф қилинган интернет тармоғининг глобал аҳамият касб этиши ва оммавий коммуникациянинг асосига айланиши билан матбуот, радио, телевидениядаги минглаб йўналишлар, жанрлар онлайн тармоққа кўчиб ўтди. Эндиликда ўқувчига мазкур узун матнларнинг бироз ўзгача бойитилган

формати “**матн+мультимедиа**” шаклидаги мақолалар тақдим қилинмоқда.

Ушбу атама инглиз тилидан “**digital long – form**”, “**long read**”– узун матн, узоқ ўқиш маъносини англатиб, илк мартаба 2012 йил “The New York Times”да тақдим этилган Жон Бренчинг “Snowfall: The Avalanche at Tunnel Creek”– “Қорқўчкиси: кўрфаз тунелидаги ёгингарчилик” номли 16000 сўздан иборат мақоласи сабабли оммалашди³⁹. Ушбу мақолада бир гуруҳ америкалик тоғ чанғи усталарининг фожеали ҳалокати матн, видео лавҳа, графика элементларида усталик билан бойитилиб, мультимедиавий сторийтеллинг кетма-кетлигида ҳикоя қилинади. Мазкур мақоладан сўнг сайтга ташриф буюрувчилар сони 2 миллиондан 3,5миллионга ортган..

Ўқувчи узунматнни ўқиш жараёнида ўзини айнан ҳодисанинг марказида деб тасаввур қилиши жоиз. Бунда муаллифнинг тил услубияти ҳамда турли дастурий таъминотлардан маҳорат билан фойдалана олиши муҳим аҳамият касб этади. Дастурчилар ва журналистлар ҳамкорлигида тўққиз ой мобайнида яратилган ушбу мультимедиавий лонгрид 3,5 миллиондан ортик ўқувчининг эътирофига сабаб бўлди. Ушбу усулдаги ҳикоянавислик матбуот тизимида ҳозиргача ҳам мавжуд. Аммо унинг тармоқдаги форматида уйғун ҳолатда бошқа ОАВ воситаларининг ахбороти ҳам қўлланилаётгани ўзига хос оммалашув тенденциясига замин яратмоқда.

Лонгрид ахборотни тўлиқ элементларда мультимедиа ёрдамида тақдим қилишнинг янги усули сифатида веб-паблишингга ўзгача йўналиш веб-дизайн, анъанавий публицистик маҳоратни қамраб олди. Мультимедиавий лонгрид муаллифдан ижодий ёндашув, видео ва график кетма-кетлик, тадқиқот мавзусининг чуқур акс этишини талаб қилади. Ушбу жанр тури ўзининг мураккаб қурилмасига эга бўлиб, бир неча кичик ички боблар йиғиндисидан ташкил топади. Сюжет ривожини хронологик кетма-кетлик асосига қурилагач, натижа ёки хулоса билан якунланади. Воқелик

³⁹URL: <http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/index.html#/?part=tunnel-creek>

драматургиясида жой, шахс номлари, ҳолат элементлари акс этиши шарт. Аммо баъзи журналистлар матндаги изчилликни ошириш мақсадида ҳикояни турли вақтлар ёки жой номлари билан аралаштириш ҳолати ҳам кузатилади.

Лонгридлар икки турга бўлинади:

1. Анъанавий (матн+иллюстрация, сурат, фото-жамланма);
2. Мультимедиавий лонгрид (матн+видеофайл, онлайн гиперҳавола).

Одатда тадқиқотчилар 1000 дан ортиқ сўзлар жамланмасидан ташкил топган матнларнинг барчасини лонгрид деб ҳисоблайди. Аммо интернетда тақдим қилинаётган лонгридлар фақат матндан иборат эмас. Умумий хусусияти сифатида бирор ҳолат ҳақида тўлиқ ва батафсил маълумот беришдир. Лонгридларни фақат журналист қаламига мансуб дейиш хато. Чунки интернетда оммалашиб, минглаб эътирофларга сабаб бўлган лонгридларда катта ҳажмдаги шарҳлар ҳам жой олган. Масалан, Facebook – ижтимоий тармоғида 80 миллион ўқувчининг эътирофига сабаб бўлган индонезиялик иммигрантларнинг кўп муаллифли ҳикоя – лонгриди фикримизнинг яққол исботидир. Бунда бир муаммога бағишланган воқелик турли ракурсда минглаб жой номлари, бир қанча элементлардан ташкил топган улкан ҳажмли яхлит мозаикани эслатади.

Аммо лонгридларни оддий узун матнлардан ташкил топган улкан ҳажмдаги мақола сифатида баҳолаш ножоиз. Ушбу жанрнинг бир қатор ички тузилиш тартиби уни бошқа жанрлардан ажратиб турувчи хусусиятидир. Бунга:

- Яхлитлик-ҳар бир матн бир бирига махсус графика ёки мультимедиа элементлари ёрдамида боғланади;
- Ҳажм-матн ҳажми камида 6 мингдан 10 минга қадар бўлиши мумкин. (10 дақиқада 1200, 1400 сўзни ўқиш имконияти мавжуд);
- Ички тартиб-лонгридларга қўйилган инфографика, видео ҳаволалар унинг мантикий давоми ҳисобланади;
- Моҳият ва мантиқ бирлиги-лонгридлардаги асосий

эътибор бу моҳиятни аниқ батафсил очиб бериш ва муаллиф позициясини сақлаб қолиш.

Ушбу жанрнинг этимологияси – иншо, журналистик суриштирув, очерк, репортаж каби ижод намуналаридан ташкил топади. Ишнинг асосий мақсади, материални ўрганиш методикаси, муаммо намойишининг кенглиги, муаллиф муносабатидир. Lenta.ru нашриёти бош муҳаррири Софья Ивановнанинг фикрича “Замонавий журналистика амалиётида матн ҳажмининг кўплиги жанр хусусиятларидан бири сифатида намоён бўлиб, сифат кўрсаткичининг юқорилигини ифодалайди. Ҳикоя 1,5-3 минг сўз кўрсаткичидан ошмаслиги лозим”⁴⁰.

Ушбу жанр ижодкорлари глобал тармоқда мавжуд ахборот оқимидан ажралиб чиқиш истаги билан изоҳланади. Сабаби, тез тарқалувчи янгиликлар турли сайтларда бир неча маротаба нашр этилгач, ўзининг бетакрорлигини йўқотиб, омма эътиборини қозона олмайди. Ушбу ҳолатда янгиликка нисбатан муаллифлик ҳуқуқининг аҳамияти йўқ. Аммо таркиби турли репортаж, ҳолат ҳақидаги далил ҳамда композицион ички қурилмага эга бўлган лонгрид ўқувчини безътибор қолдирмаслиги аниқ. Жанр тавсияфига кўра, унинг ички қурилмаси тўрт хил элементдан ташкил топади. Булар:

- **тушунтириш** – (воқеликнинг илк бошланиш элементи сифатида ҳикоянинг муқаддимаси бўлиб, унда янгиликка хос бўлган “эҳром” ёки “тўнқарилган эҳром” қонуниятига хос бўлиши мумкин);

- **тавсиф** – (ҳолатдан келиб чиқиб муаллиф турли тавсиялар билан бойитилади);

- **вазият гувоҳлари** – воқеликнинг асл гувоҳи бўлган персонажлар суҳбати;

- **хулоса** – (маълумотларни якуний нуқтаси).

Аксарият лонгридлар икки мингдан тўрт минггача бўлган сўзлар жамланмасидан ташкил топиб видео, фото, инфографика, хариталар билан бойитилади. Ҳар қандай турдаги узун ҳикоялар бир неча дастур, фото, видео жанрлар йиғиндисини жамлайди. Воқелик гувоҳлари журналист билан

⁴⁰ URL: <http://www.lenta.ru>

кўшиб ҳисоблаганда, 5 дан 30 нафаргача шахсни ташкил қилиши мумкин. Ҳар бир гувоҳ ўртача 500-600 сўздан иборат маълумотни айтиши мумкин. Назариётчи олимларнинг фикрича, лонгрид медиа соҳасидаги янгиланиш босқичига кўтарилмоқда⁴¹. Ушбу жанр медиа майдонида ўз ўрнини йўқотмаслиги, балки дастурлар ҳамда рақамли технологиялар билан бойитилган янги форматдаги лонгридларни оммавийлашишига сабаб бўлиши мумкин.

Интернет сайтларидаги 2011-2019 йилларда эълон қилинган Россия, АҚШ ва Европа мамлакатлари энг оммабоп лонгрид жанрларидаги мисоллар таҳлилига кўра унда сўзларнинг умумий ҳажми, мавзу тавсифи, маълумотлар манбаси, ҳикоядаги воқелик, мисоллар, сюжетлар меъёрларга кўпроқ эътибор берилган. Энг кўп эътироф этилган йирик лойиҳаларда турли мультимедиавий маълумотлардан фойдаланиш устунлик қилади.

Лонгрид яратиш технологияси

Бугунги кунга келиб бир қатор онлайн нашрлар (масалан-The times) Twitter ҳамда Pinterest ижтимоий тармоқ журналистлари контентида турли йўналишлардаги лонгридларга бойиб бормоқда. Бунинг сабаби нимада? Интернет тармоғидаги аксарият тур ва йўналишлар ўзининг аниқ, мультимедиа элементларга бойлиги билан бир қаторда қисқалиги билан оммалашмоқда. Ана шундай жанрлар орасида тузилиши жиҳатидан ҳақиқий муаллиф фикрини берувчи чин маънодаги мақола, эссе, очерк, репортажнинг онлайн формати бу лонгриддир. Қисқа хабарларга бўлган эҳтиёж ортгани сари ўқувчилар орасида батафсил ёзилган ижод намуналарига ҳам қизиқиш катта. Масалан, британиянинг Daily Telegraph нашри “Kenco” компанияси билан ҳамкорликдаги лойиҳасини олсак. Мазкур лойиҳада Гондурасда ёшларни кофе саноатидаги кичик бизнесга жалб қилиш бўйича ҳикоя қилинади. “Кофе саноати” номли ушбу лонгрид бошқа сайтларда ҳам бир неча

⁴¹ Запужкалов А. Я так люблю, когда большой. Лонгрид, пожалуйста! Могут ли длинные тексты стать основной формой для СМИ в будущем? 2013. Ноябрь. [http://hungryshark.ru/articles/ya-tak-lyublyu-kogda-bolshoy.](http://hungryshark.ru/articles/ya-tak-lyublyu-kogda-bolshoy;); Лонгрид — новый формат текстов на сайте. .; Лонгрид: формат для «длинного чтения»., URL: <http://www.newreporter.org>

маротаба бир неча маротаба эълон қилинди. Мазкур жанрни яратиш қандай босқичлардан иборат? Ҳар бир журналистик манба яратилиши ва эълон қилинишидан олдин бир неча жараёнларни қамраб олади. Лонгридларни яратишда ҳам айнан мазкур жанрга тегишли бўлган ўзига хос жиҳатлар мавжуд. Улар қуйидаги тартибда амалга ошади:

1. Ғоя топиш; одатда бирор мавзуга қўл уришни ният қилган ижодкор аниқ бир ғояга таяниши ёки маълум бир жанрни танлаб олиб кейин манба қидириши кузатилади;

2. Лойиҳа тузиш; онлайн тармоқда эълон қилинаётган аксарият лонгридларнинг 80 фоизи турли лойиҳалар ва ташкил қилинган медиа тузилмалар учун яратилган. Бунга The New York Times, Garden каби нашрларда эълон қилинадиган лонгридлар тузиш бўйича лойиҳаларни мисол қилиш мумкин;

3. Жамоа йиғиш ва вазифаларни тақсимлаш; турли медиакорпорациялар ташкил қиладиган лойиҳаларда махсус жамоа йиғилиб, уларнинг касбий нуқтаи назаридан вазифалар тақсимланади. Масалан, маълумотларни ёзиш ва йиғиш учун журналист, дизайнловчи мутахассислар, фотосуратчи, монтажчи. Лойиҳанинг ғоясига қараб мутахассислар сони ва таркиби ўзгариши мумкин. Масалан, лонгридда мультимедиа элементлари ҳам киритиладиган бўлса унда жамоада таҳрирловчи ёки веб мутахассиси ҳам бўлиши мақсадга мувофиқ;

4. Режа тузиш. Лойиҳани ташкил қилиш, жамоа йиғиш ишларидан кейинги босқичда режа тузиб олиш ўрин олган. Фаолиятнинг кейинги босқичи ва навбатдаги амалиётни олдиндан тузиш ва вужудга келиши мумкин бўлган муаммолар ёки камчиликлар учун олдиндан тайёргарлик кўришни назарда тутати. Масалан исталган лойиҳанинг ички қолипни яратишда махсус флипчартлардан ёки оддий пештахталарга эслатмалар ёзиб фойдаланиш мумкин;

5. Маълумот йиғиш. Лойиҳа учун маълумотларни турли контентлардан йиғиш, таснифлаш, саралаш ва ўрганишни назарда тутати. Агар ушбу лонгридда турли фото, видео элементлари қўлланилса унда мазкур мультимедиа

элементларини олдиндан тайёрлаш тақаззо этилади;

Дастурий таъминот. Интернет тармоғида лонгрид яратиш учун мўлжалланган минга яқин турли онлайн инструментлар тўпламини тақдим этувчи сайтлар, платформалар мавжуд. Ҳар бири ўз хусусияти ва вазифасига кўра турлича фаолият юритади. Масалан, лонгриддаги инфографикани infogra.am, суратларни thinglink.com, фото таҳрирлаш вазифалар (dermandar.com), мусиқа учун mp3.ru ёки fv-mp3.ru, radioplayer.ru ҳамда видео монтажларни clideo.com, aviplayer.ru сайтларида амалга ошириш мумкин. Баъзи бир сайтлар бошланғия хизматларни бепул тақдим этса, бошқа бир гуруҳ контентлардан фойдаланишда маблағ зарур;

Дизайн ва саҳифалаш. Дизайнни амалга оширишда мутахассислар фикрига таяниш ёки махсус қолиплардан фойдаланиш имкониятини берувчи сайтлар хизматини қўллаш мақсадга мувофиқ. Бугунги кунда интернет кузатувчилари ахборотга нисбатан ўта қаттиққўл ва талабчан. Шу боисдан дизайнни ўзига хос бўлиши, лойиҳа мувоффақиятини таъминлайди;

Эълон. Одатда ҳар бир яратилатган меда лойиҳа қайсидир ОАВ турига мўлжалланади. Ёки аксинча бирор бир ОАВ буюртмасига кўра яратилади. Бунда ижтимоий тармоқлар (Facebook) хизматидан фойдаланиш ёки пулли контентларда оммалаштириш имкони мавжуд.

Юқорида санаб ўтилган жараёнлар аксарият лонгридларни яратиш технологиясини ўз ичига олади. Босқичма босқич амалга оширилган тўғри фаолият сўнгида оммабоп лонгрид жанрига оид муаллифлик ишини яратиш мумкин.

Лонгрид турлари

Мақсади, йўналиши, вазифаси ҳамда ички таркибига кўра лонгридлар қуйидаги турларга бўлинади:

– **Портрет лонгрид** – маълум бир таниқли шахс ёки феномен ҳақида ҳикоя; муаллифнинг мақсади таниқли одам хусусида ифода беришни назарда тутати. Портрет лонгридни ўқиган инсон у билан худди учрашиб суҳбатлашгандек таъсурот қолдириши керак. People журналида эълон

қилинган футболлист Рональдо репортаж лонгриди ҳали хануз миллионлаб қизиқишларга сабаб бўлмоқда.

– **Репортаж** – бирор бир воқеа ҳодиса ҳақида батафсил маълумот бериш. Ушбу тур журналистлар орасида кенг тарқалган бўлиб, мақола графика, фотосурат ва видеоконтент билан бойитилади. Бунга The new York times даги машҳур “Уйсиз қизалок” номли репортажини мисол қилиш мумкин⁴².

– **Таҳлилий лонгрид** – бунда мавзуга янгича қараш, таҳлилий изоҳ ва танқидий руҳ устунлик қилади. Коммерсант нашри буюртмасига кўра яратилган “Чернобиль-лаънатланган макон” лонгриди барча деталлар (дақиқа, соат, манзил, жой номлари) аниқ киритилган⁴³. Мақола билан танишиш жараёнида айнан мазкур макон руҳиятини бағишлайди.

– **Мультимедиавий лонгрид** – энг кўп учрайдиган тур сифатида жуда машҳур. Асосий хусусияти турли мультимедиа элементларидан самарали фойдалана олишни назарда тутати.

– **Реконструктор лонгрид** – тарихий воқеалар, бинокорлик, архитектура, аниқ фанлардаги ютуқларни ифодалашга қаратилади. Масалан, “Коммерсант” нашрининг иккинчи жаҳон урушига бағишланган лонгриди бунинг ёрқин намунасидир.

– **Тижорий лонгрид** – маълум бир хизмат тури ёки маҳсулотни намоиш қилиш ва батафсил маълумот беришга қаратилади. Асосийси, маҳсулотни реклам қилиш ва оммабоплигини ошириш. “Burda”, “Marie Le Claire”, “Vogue” сингари журналлар тижорий лонгридга тез-тез мурожаат қилади.

Санаб ўтилган йўналишлар тури асосан онлайн нашрларда энг кўп мурожаат қилинаётган мавзулар ҳисобланади. Амалиётда лонгрид мавзулари якка ёки қоришиқ ҳолатда бир неча мавзуга оид бўлиши ҳам мумкин. Мазкур жанрнинг тарихий, ижтимоий, маданий йўналишлари ҳамда пост-лонгрид, тим лонгрид сингари янги турлари ҳам кенгайиб бормоқда.

⁴²<https://www.nytimes.com/>

⁴³<https://www.kommersant.ru/projects/chernobyl>

Лонгрид яратишдаги асосий қоидалар

Лонгрид яратмоқчи бўлган ижодкор жаҳон амалиётида энг кўп олқишларга сабаб бўлган лонгрид муаллифлари томонидан келтирилган тавсияларга эътибор қаратиши керак. Ушбу тавсиялар онлайн нашрлар амалиёти ва лойиҳалар яратиш шартларидан келиб чиққан. Ҳар қандай фаолият ортида муаллифнинг улкан мақсадлари мужассам. Лонгрид жанрини яратишдаги асосий босқичлар **3 мақсад**га бўлинади;

1-мақсад

✓ Лонгрид яратилаётган аудиторияни аниқлаб олиш. Ҳар бир ижодий намуна ахборот истеъмолчилари учун мўлжалланган. Муаллиф мақоласининг истеъмолчиларини олдиндан тасаввур қилиши ва уларнинг хоҳиш талабларини белгилаб олиши шарт;

✓ Лойиҳангиз ёки мақола учун керакли бўлган манбалар асосини топиш. Лонгрид яратаётган муаллиф ўз иши учун керакли бўлган сюжетларни таҳлил қилиб, мавзуга оид қўшимча манбаларни ўрганиши лозим;

Мавзуга оид қўшимча манбалар ва асосларни ўрганиб чиқиш. Муаллиф яратаётган асарни мазмунан бойитиши мумкин бўлган қачрамонлар, ОАВ манбалари ёки бошқа элементларни назардан четда қолдирмаслик. Мавзуга оид хужжатли фильм, кидирув тизимлар хизмати (google books), онлайн тармоқдаги маслаҳатлар хизмати (consult plus), ишга оид шу кунга қадар яратилган намуналар (Wayback Machine) қўриб чиқиши керак.

2-мақсад

✓ Ишнинг энг муҳим мақсади бу лонгриднинг қолипи (эскиз)ни тузиб олиш. Лонгридлар қанчалик узун батафсил ёзилмасин муаллиф энг аввал унинг оссон ва тез ўқишлиши ҳақида ўйлаши керак. Тўғри тузилган қолип асосий ғояларнинг тез ва осон амалга ошишига ёрдам беради;

✓ Сарлавҳа, кириш қисм, лидни шакллантириш. Матнни ўқишдан олдин ўқувчи энг аввал унинг номланишига эътибор қаратади. сарлавҳа бутун матн мазмунини ўзида акс эттирувчи восита ҳисобланади. Сарлавҳаларда қисқартма сўзлар, жаргонлардан фойдаланмаслик керак. Сарлавҳанинг остида

тагсўз ёки кичик кириш қисм қилиш тавсия этилади. Муаллиф 1000 дан 5000 га яқин матнни ўзида ифода эта оладиган сарлавҳа сўзларини топиши мақсадга мувофиқ;

✓ Мультимедиа элементларини кўшиш. Мультимедиа мақолаларидаги асосий юзи унда қўлланилган сифатли мультимедиа формати ва файллари туфайли кўрсатилади. Контент самарадорлигини оширишда ҳам асосий урғу матн мазмунини акс эттирувчи аудио, визуал элементларга қаратилади. Масалан, суратлардан фойдаланишда пикселларни ҳисобга олиш, вертикал фотосуратларни ишлатмаслик мақсадга мувофиқ. Шунингдек хира, сифатсиз суратларни қўлланмаслик шарт.

№	Лонгрид мавзуси	Нашр этилган сана, муаллиф	Умумий хусусият	Сўз миқдори	Сюжет мисоллари	Контент фрагменти
1.	“День, когда началась война” ¹ (уруш бошланган кун)	22.06.2014 “Коммерсантъ” сайти. Татьяна Мишанина, Артём Галустьян	Журналистик суриштирув: 1942-1945 йиллардаги уруш катнашчилари таасуротлари	3178	16	Сухбат, суриштирув, репортаж, киска диалог лонгрид
2.	“Into the Arctic exhibition tour” ² (Арктика кўргазма сафари давомида)	10.01.2017 “intotheartctic” сайти илмий лойиҳаси, Девид Вагнер	Журналистик суриштирув: Арктика муаммолари, глобал иқлим исиши, табиат фалокати	1687	45	Фото-репортаж, видео-сюжет, инфо-графика, сторимэпс, сухбат, мультимедиавий лонгрид
3.	“50 states, 50 spots: natural wonders” ³ (50 штат, 50 нукта табиий мўжизалари)	01.02.2014 cnn.com сайти, cnn мультимедиа маркази қўшма лойиҳаси Катя Хеттер, Адам Карлсон, Кейтлин Шмидт, Том Питтерсон.	АҚШ табиати, диққатга сазовор жойлар, тоғ, ландшафти ҳақидаги кенгайтирилган ҳикоя	1580	9	Фото-репортаж, фотоколлаж, сторийтайм, фото лонгрид

4.	<u>"Out in the great alone"</u> ⁴	05.05.2013 espn.com сайти Браун Филипп	Жануби шарқий Аляскада жойлашган "Деналли" Миллий боғи, Шимолий Американинг энг юқори Маккенли тоғ тизмаси ҳаёт тарзи ҳақида	2431	7	Фото- репортаж, сухбат, видеолавҳа Мульти- медиявий лонгрид
5.	"The Russia Left Behind A journey through a heartland on the slow road to ruin" ⁵	13.10.2013 "The New Yourk Times" сайти, Эллен Баррий	Россия қўчалари бўйлаб саёҳат таасуротлари	1602	3	Фото- репортаж, йўл очерки, фото лонгрид
6.	"The world's ball" ⁶	12.06.2014 "The New York Times" сайти	Дунё футбол тарихида ишлатилган тўплар, энг машҳур жамоа ўйинларидаги спорт анжомлари.	230	3	Фото-коллаж, видео лавҳа, фото лонгрид
7.	Trump's Mexico wall would be a gift to the drug carters ⁷	09.02.2018 "edition.cnn.com" сайти	Мексика ва Америка ўртасида қурилатган чегара	4250	12	Фото- репортаж, видео лавҳа, матн, мониторинг сўровнома- лари
8.	Snow Fall The Avalanche at the Tunnel Creek	https://www.nytimes.com/ сайти	Қор чанғи устулар, қор қўчқиси ҳақида	3700	47	Слайдлар, фотолавҳа,
9.	Pirate fishing documentary	https://interactive.aljazeera.com/	Шебро ороли дельтаси ҳақида	2600	18	Фото- репортаж, видеомост, аудио- подкастлар, хариталар, матн, интерактив мобиль интервьюлар, гипер- хаволалар, видео- репортаж, инфо- графика
10.	Виктор пой-качегар	https://kartistorii.ru/	Россия миллий қахрамонлари ҳақидаги хикоя	2000	7	Интерактив ўйин, харита ва фотосуратлар

3-мақсад

✓ Матн устида ишлаш. Матнни ташкил қилиш ва ёзиш ўзига хос бир неча босқичларни қамраб олади. Лонгрид Instagram ёки бошқа бир турда тақдим қилинадиган қисқа хабар тури эмас. У батафсил, узоқ, аниқ ёзилишни талаб қилади. Ҳар бир ғояни бир-бир жараёнга боғлаб узун ва узоқ ёзиш шарт. Батафсил ёзишни талаб қилувчи ижодий жанр йўналиши бўлгани учун муаллиф турли экспериментлар қилишдан чўчимаслиги керак;

✓ Энг қизиқ ғояни амалиётга тадбиқ қилишдан бошлаш керак. Шунда муаллиф ўзининг кульминацион ғоясини ўқувчига етаказа олади. Одатда зерикарли муқаддима кузатувчини жалб қила олмаслиги мумкин;

✓ Лонгрид қисмлари бир неча бўлақлардан ташкил қилиш. Уларнинг ҳар бири кичик сарлавҳа орқали боғланиши ёки ўзаро слаймларда ифода қилиниши мумкин. Аммо муаллиф мана шу қисмларнинг бир-биридан узилиб қолмаслиги шарт. Ҳар бир ғоя ва қимни хулоса билан якунлаш мақсадга мувофиқ. Акс ҳолда ўқувчи матнни тугамаган деб баҳолайди;

✓ Лонгридларни ташкил қилишда матн сифатида ифода этиб уни турли визуал, аудио элементларга бойитиш ёки интернетда тақдим этилаётган хизматлардан слайдер дастурлари, инфоматн форматида фойдаланиб ёзиш мақсадга мувофиқ.

Лонгрид жанрига мисоллар ва қиёсий таҳлиллар

Лонгрид муаллифдан ўзгача ёндашув талаб қилувчи йўналиш бўлиб, унда журналистиканинг анъанавий жанрларидан бир қанчасини қамраб олган. Айнан батафсил, аниқ раво ва узун ёзилиши билан бошқа турлардан фарқ қилади. Лонгриднинг оддий матн шаклидан мультимедиавий жанрларга бойитилган турларини ҳам учратиш мумкин.

СТОРИМЭПС (Storymaps)

Сторимэпс (Storymaps) – инглиз тилидан story – ҳикоя, maps – харита маъносини англатади⁴⁴. Бунда бирор бир воқеликни (мақола, ҳикоя, эссеи) турли интератив мультимедиа

⁴⁴URL: <http://www.collinsdictionary.com>

воситалари ёрдамида аниқ элементлар, жой номлари ва географик координатлар билан бойитиш орқали ўқувчига янада аниқроқ маълумот беришни назарда тутди.

Тарихи ҳақида қисқача

Асли хариташуносликка асосланган ушбу йўналиш тарихи жуда узоқ ўтмишга бориб тақалади. Илк тарихчилар, саёҳатчилар ўз маълумотларини харитага турли графикалар, юлдузларнинг жойлашуви, жой номлари, махсус белгилар ва чизмалар ёрдамида белгилаб умумий аниқ тушунча ҳосил қилишган. Сториймэпс йўналиши хариташунослик тарихи билан чамбарчас боғлиқ. Сабаби, story –ҳикоя тар- харита, яъни воқеани харитага боғлаб ўрганишни назарда тутди. Демак, ўз-ўзидан шу ўринда қадимги хариташунослик билан бевосита боғланаётгани бежиз эмас. Инсоният қадим тарихдан янгидан янги ерларни кашф қилиш ёки бирор бир манзилга боришда турли хариталардан фаол фойдаланган. Мазкур хариталар ҳар бир жамият ёки халқнинг анъаналаридан келиб чиқиб маълум бир билимлар йиғиндисига асосланган. Мазкур яратилган хариталарнинг аксариятида илова қисми (хаританинг ёзма баёнда акс эттирилиши) қўшилган. Бу харита фойдаланувчисига янада аниқроқ маълумот беришга хизмат қилган. Ўз навбатида хариталар мазмунан бир неча турларга бўлинган. Масалан:

1. Умумий географик хариталар; барча географик ҳодисаларни, рельефлар, гидрография, ўсимликлар олами, тупроқ қоплами, аҳоли яшаш манзиллари, чегаралар, объектлар сони ва бошқа шу каби топографик кичик ҳажмдаги тасвирларни ўз ичига олган;

2. Мавзу ва йўналиши бўйича тавсифланувчи хариталар; харитада табиат ҳодисаларининг ўзаро боғлиқлиги, аҳоли динамикаси, яшаш шароити, иқтисодий-ижтимоий ўзаро боғлиқлиги кўрсатиб берилади. Ўз навбатида ушбу йўналиш икки турга бўлинган: табиий ҳодисалар ва **ижтимоий ҳодисалар**. **Табиий ҳодисаларга** табиатдаги барча омиллар ер юзи, океанларнинг ўзгариши, иқлимий номутаносибликлар, геофизик алмашинувлар, ландшафт, гидролик тупроқ

хариталари, фойдали қазилмалар, физик-жараёнлар киради. **Ижтимоий ҳодисаларга** аҳолининг ижтимоий, сиёсий иқтисодий ривожланиши ва турли тенденциялари акс этади. Ўз навбатида улар ҳам ички йўналишларга (масалан, иқтисодий, кишлоқ хўжалиги, ишлаб чиқариш) бўлинади.

Демак тарихий хариталарга мисол сифатида қуйидагиларни келтириш мумкин:

- *Ласка девор хариталари* – Ласко (Франция) ғоридан топилган (таҳминан 18-15 минг йиллар аввал битилган) мазмунан юлдузлар (Вега, Денеб, Алтаир) жойлашуви ифодаланган.

- *Вавилон харитаси* – ўлчов методига асосланган (қадимги Жанубий Месопотамияда яратилган) аниқ бирликлардан ташкил топган.

- *Греция харитаси* – турли географик белгилардан ташкил топган (Илиада ва Одиссеяда ҳам тилга олинган ушбу харита) харита. У дунё харитаси ва умумий руҳиятини фалсафий ифодалашга қаратилганлиги билан эътиборлидир.

- *Осиё ёзма хариталари* – қадимги Хитой, Ҳиндистон каби йирик цивилизация марказларида аниқ жой номлари, дарёлар, порт шаҳарлар каби маълумотлар йиғиндисидан ташкил топган хариталарни мисол қилиш мумкин.

Тарихда харита тузиш ва мазкур харита орқали маълум бир ҳикояга асосланган билимларни беришга интилиш жуда юқори бўлган. Хариташунослик илми технологик инқилоб туфайли мукаммаллашиб, турли соҳаларда кенг қўлланила бошлади. Жумладан журналистиканинг интернет йўналишида ҳам хариташунослик ўзига хос жанр сифатида муҳим аҳамият касб этмоқда. Мақола, гиперматн ёки турли мавзудаги ахборотлар аҳамиятини ошириш, янада аниқ маълумот бериш мақсадида хариталар тузилмаси қўлланилмоқда. Бунда хариталар икки усулга кўра қўлланилади. Биринчиси-инфомаълумотларнинг таркибий қисми ва тўлдирма материали сифатида; иккинчиси айнан хаританинг ўзи маълумот ёки ахборот манбаи бўлиб ишлатилади.

Сториймэп ривожланиш тенденцияси ва қўллаш усуллари

Тарихдан хариталар географик ахборотни ташкил қилиш ва тақдим этиш воситаси сифатида қўлланилган. Улар географик контекстда жой, воқеа, макон ва халқ номларини батафсил ёритган. Мазкур хариталар умумий белги ва шакллардан фойдаланилгани боис барча фойдаланувчи учун қисман тушунарли тилда битилган. Аммо уни ОАВда қўллаш, маълумотларни визуаллаштириш санъати илк маротаба денгизчи ва саёхатчилар томонидан амалда кенг тадбиқ қилина бошланди. Унда муаллиф макон ва харитани матн уйғунлигида қоғозга туширган. “Ана шундай хариталар Венецияда нашр қилинган газеталарда чоп қилинган”, – деб ёзади В.Моисеев⁴⁵.

Бугунги янги жанр кўринишини олган сториймэп йўналиши турли интерактив хариталарни контент маълумотлари билан бирлаштириб; унда матн, фотосурат, видео ва аудио материаллар жойлаштирилиб, манбанинг аниқлийлик коэффицентини оширади. Строймэпсни нафақат журналистика балки бошқа кўплаб соҳаларда, жумладан, дизайнерлик соҳасида учратиш мумкин. ОАВда тақдим этиладиган хариталар кенг аудиторияга мўлжалланиб, махсус атамалар ишлатилмайди; яъни, ўқувчига тушунарли тилда тасвирланади. Сториймэпс ўзида интерактив веб-карта, булут технологияси асосидаги маълумотлар базаси, электрон жадвал, графика элементлари, фотосуратлар ва видео материалларни мужассам этиб, у қуйидаги тартибда тузилиши мумкин:

– *Харита+video – “Video storymaps”*; ушбу шаклда ArcGIS, ГИС, Story mapping дастурларидан фойдаланиб яратилади. Унда мавжуд харита мавзуга оид видео манбалар билан бойитилади. Биз уни реклама соҳасида учратишимиз мумкин. Дастурчилар ўз махсулотларини намоиш қилишда ушбу усулга кенг мурожаат қилишади. Махсулотнинг манзили ва у ҳақида баён қилувчи батафсил видео кетма-кетликда тақдим этилади. Esri storymaps веб саҳифасида уни онлайн яратиш имконини берувчи дастурлар мавжуд⁴⁶. Видео бириктирилган

⁴⁵ Моисеев В. Журналистика и журналисты. — Киев: Дакор, 2002. — С. 155-400.

⁴⁶ URL: <http://www.esri.com>

хариталардан фақат онлайн шаклда ТВ ёки интернет контенти орқали танишиш мумкин;

– *Харита+фото – “Photo-storymapping”*; ушбу тур асосан ҳаваскор фойдаланувчилар томонидан кенг қўлланилади. Ижтимоий тармоқлар, жумладан, Facebook, Instagramm, Twitterда ҳам унинг ёрқин намуналарини учратиш мумкин. Харитага мэппинг услида фотосуратлар жойлаштирилиб, ҳар бир жой номи тақдимот шаклидаги суратлар билан бойитилади. Қолаверса, маркетинг соҳа ходимлари орасида бу усул жуда оммабоп. Ушбу амалиёт илк маротаба 2005 йили “Djef” – озиқ-овқат компанияси томонидан қўлланилган. У ўз маҳсулотларини дўконлар бирлигида энг яқин манзил кўрсатилган жой номлари ёрдамида кичик хариталар шаклида тақдим этган. Бугунги фото сторимэп турларида ҳаваскор фойдаланувчилар ўз таассуротларини турли фотожамланмада муҳрлаб, харита ёрдамида тақдим этмоқда;

– *Элемент+харита – “element storymapping”* – тури хариталарда турли элемент, график белгиларни жамлайди. У асосан тез тушунишга ихтисослаштирилиб, онлайн алоқа мавжуд бўлмаган манзилларда ҳам танишиш имконини беради. Элемент сторимэпс турлари кенг аудиториянинг доимий фойдаланиши, йўл хариталари, маълум коммуникация манзилини топишда кенг қўлланилади;

Mixed storymapping – аралаш шаклдаги харита. Бу сторимэпснинг энг мукамал тури сифатида ўқувчилар орасида жуда оммабоп. Мазкур турда тўлиқ ахборот видео, фото, графика элементлари, матн дастури аралаш ҳолда тақдим этилади. Сизга керакли ахборотни тўлиқ шакли билан танишиш имкониятини беради. Бу асосан махсус веб дастурчилари томонидан яратилиб, унда барча маълумотлар тақдимот кетма-кетлигида жойлаштирилади. Масалан, <https://storymap.knightlab.com> сайтида электрон тарзда бериб бориладиган сториймэп турларини кўриш мумкин⁴⁷. Ушбу сайтда ҳикоя шаклидаги мақолаларни яратиш имкониятлари ва қўшимча лойиҳа турлари ҳам мавжуд.

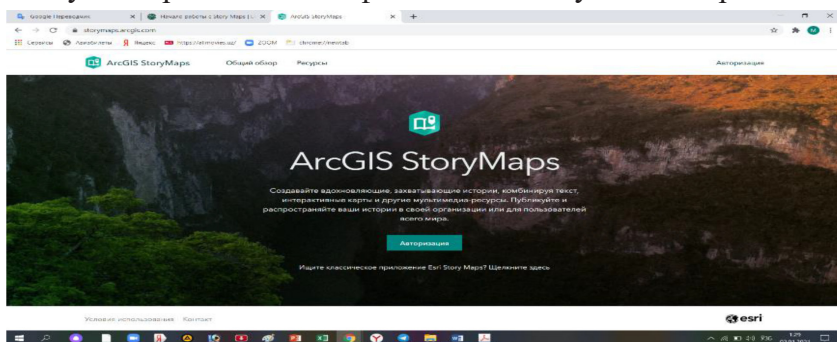
⁴⁷URL: <http://www.storymap.knightlab.com/>

Интерактив сториймэп яратиш

Бугунги кунга келиб интернет глобал тармоғида турли йўналиш ва жанрларда мультимедиа элементларини яратиш имкони мавжуд. Сабаби тармоқ ўзининг техно дастурлари туфайли яратилаётган харитага турли имкониятлар тақдим этиши мумкин. Интернет тармоғида кенг тарқалган сторимэп онлайн инструментлар тўпламини тақдим этувчи сайтлар ва мультимедиа хизматлар тури мавжуд. Бунга “**ESRI**”ни мисол қилиш мумкин. Ушбу сайт хизматини тақдим қилувчи компания 1969 йили АҚШда ташкил қилинган. Асосан географик ахборот тизимлари ва дастурларини ишлаб чиқадиған йирик етакчи саноатлардан ҳисобланади. У нафақат АҚШ балки халқаро лойиҳаларда ҳам фаолият кўрсатиб энг фаол дастурий инжиниринг таъминотчиси сифатида танилган. Мазкур компания ўз дастурлари ва турли хизматларини storymaps.arcgis.com саҳифаси орқали тақдим этиб боради. Умумий фойдаланувчилар учун мўлжалланган мультимедиа элементларидан фойдаланиб геохаритага оид турли маълумотларни қўллаш мумкин. Унда мультимедиа элементлари, веб-сайтларнинг ички кодлари, видеофильмлар, дунё харитаси оид расмлар каби бир қатор имкониятлари мавжуд. Ундаги хариталар таркиби турлича бўлиб, баъзи ҳолларда мультимедиа элементлари билан бирга сайтнинг фрейм (қўшимча созиламалар)ни юклаш ва қўллаш мумкин. Айнан мана шу қўшимча хизматлар сториймэпс яратувчисига сезиларли янги имкониятлар турини кенгайтириб беради. Дастур тили инглиз, рус тилларида бўлиб, ишлаш тартибини омма қўллай олишига мўлжалланиб содда тарзда яратилган. Маълумотларни icloud баъзасида сақлаш имкони эса унинг бутунлай ўчиб кетишини олидини олади. Сайтга илк бора кираётган фойдаланувчи албатта рўйхатдан ўтиши шарт. Яратилган интератив харитани ижтимоий тармоқларда ҳам улашиш имконияти бор. Сайтга кирган заҳоти тилни ўзгартириш имконияти мавжуд. Агар керакли тил таснифи танланмаса акс ҳолда илова тўлиқ инглиз тилида ишлайди. Сабаби тармоқда яратилаётган сайтларнинг ички тили (html, css java) инглиз тилидаги командалар ёрдамида вужудга

келади. Яратилган ижод намуналари jpeg, png ва pdfда сақлаб қўйилади. Бу тармоқнинг исталган форматига мослашиш имкониятини яратади. Ушбу сайт орқали нафақат сториймэпс балки бошқа турдаги онлайн мультимедиа (инфографика, хариталар, графикалар) яратиш мумкин. Сториймэп йўналишида ахборот яратиш учун “Хикоя яратиш” (создать историю) ни танлаш керак. Шунда “бош меню”га саккиз турдаги турли харита намуналари чиқади:

Map tour – фотосуратлар, видео ёзувлар, графика ва иллюстрациялар ёрдамида интерактив харита яратувчи намуна. Унда ички созлама (настройка)ларни тўлиқ ўзгартириш, мустақил матн ёзиш мумкин. Аммо намуна учун берилган таркиб мунтазам бир хил форматни сақлаб қолади. Энг биринчи галда бирор намуна яратиш учун видео, фото, матнни танлаш керак. Буни муаллиф ўз компютери архивидан, интернетдаги маълумотлар манбасидан фойдаланиши мумкин. Map tourда



ижодий намуна яратиш ойнаси икки қисмга бўлинган. Ушбу икки бўлмаларни унинг “асосий харитани яратиш” (изменить базовую карту) тугмаси орқали амалга ошириш мумкин. Шундан сўнг “тахрирлаш” тугмасидан қўшимча хизматларни қўшилади. Ички созламаларида фойдаланувчи элементлар яратиш, рангларни тўғирлаш, логотип ва сарлавҳалар қўшиш, харита қўламини белгилаб олиш мумкин. Шунингдек embed-кодлаш расшифровкалари орқали турли пиктограммалар ва ҳаволалар киритиш мумкин.

Map journal – ушбу намунада харитани турли форматдаги

видео ёки суратлар жамланмаси ва тақдимотиға алмаштириш имконияти мавжуд. Хаританинг чап томонида матн ёки тасвиф, ўнг томонида эса харита жамланмасидан ташкил топади. Ушбу намунанинг афзаллиги унда аниқ географик маълумотлар ва маркер (баландлик, кенглик) ахбороти талаб қилинмайди. Унинг ички созламалари кўпроқ тақдимот тарзидаги форматини эслатади.

Cascade – харита, лонгрид ёки инфографика каби бир неча турдаги мультимедиа инструментларини жамлай олувчи анъанавий сторимэп намунаси. Унинг бошқа намуналардан фарқи яратилаётган мультимедиа элементларининг ички таркибини тўлиқ ўзгартириб бўлмайди. Фойдаланувчи мазкур контентдан рўйхатдан ўтгач ўз маълумотлари (матн, фото, видео) юклаб олади. Кейинги жараёнда унга тақдим этиладиган намуна (шаблон)дан фойдаланиб ўз ижодий ишини яратиши мумкин бўлади. Мультимедиа маълумотларини яратиш икки усулда амалга оширилади. Сайт тақдим этаётган бепул хизматлардан фойдаланиш ёки пулли дастурий таъминотни юклаб олиш.

Map series – бир неча хариталарни ўзида жамлай олувчи курама намуна. Ички таркибида бир вақтнинг ўзида турли форматларни қамраб олиши мумкин. Рўйхатдан ўтгач, фойдаланувчи харита+матн, харита+матн+видео ёки харита+матн+графика шаклларидаги турли мультимедиа маълумотларини яратиши мумкин. Асосий урғу хариталарни таҳрирлаш ва уни қўллашга қаратилади. Шу боисдан сайтда 10 га яқин хариталар тури мавжуд. масалан, интерактив хариталар жамланмаси орқали мақолага манзил маълумотларини тўлиқ матн, видео, фото шаклида киритиш мумкин.

Crowdsourse – харитага аудитория маълумотлари ёки оммавий ижтимоий тармоқлардан маълумотлар жамланмасини қўшиш имконини тақдим қилади. Аммо ушбу намуна фақат пуллик шаклда тақдим қилинган.

Basic – статистик маълумотлар ва аниқ рақамларга ихтисослаштирилган онлайн хариталар жамланмаси. Бунда географик маълумотларни визуаллаштириш созламаларига

кенг ўрин берилган.

Swipe-икки турли харита намуналарини яратиш ва шу орқали турли таснифлар ҳамда таҳлилларни амалга ошириш имконини берувчи намуна. Хариталарни турли формат ва йўналишда сақлаш имкони мавжуд.

Shortlist – хариталарни турли георафик маълумотлар ва маркировкаларга, онлайн геоконтентга боғлаб сториймэпс яратувчи намуна. Бунда бевосита яратилган ижодий иш албатта фақат интернет ёрдамида кўриш мумкин. Сабаби ушбу намунада яратилган сториймэп хариталарида барча маълумотлар интерактив ҳаволалар қўйилади.

Сиз сториймэп яратаётганда истаган форматни танлашингиз мумкин. Аммо кўпроқ альбом шаклидаги форматлардан фойдаланиш тавсия қилинади. Сабаби танланган аксария тасвирлар бўйидан кўри энига нисбатан фарқ қилгани боис ҳеч қандай муаммосиз уни юклаш имкониятини яратади. Ҳар бир тасвир 4-3 катталиқда нисбатда бўлиши шарт. Тасвирни ўз маълумотларингиз орасидан юклашингиз ёки тармоқда тақдим этилган тасвирлардан танлаш мумкин. Тасвир ёки видео маълумотлар алоҳида тугмача (окно)ларда акс этади. Харитани эса айнан Map tour builder географик хариталар таркибидан танлаб олиш мумкин. Argis контентининг яна бир афзал томони унда суратни харита билан бирга ҳамоҳанг тарзда юклаш қўшиш (монтаж) мумкин.

Сториймэп яратишга мўлжалланган контентнинг созуламалари (настройка)да матн (текст), фон, эслатма, видео, фотосуратлар, хариталар, мусиқа, гиперҳавола, қўшимча созулама тугмаларини қўшиш имконини берувчи юкламалар мавжуд. Ҳар бир харитага алоҳида турли хизматлар (видео, фотосурат, мусиқа) қўшиш мумкин. Фойдаланувчи ишни якунлаганида ёки маълум бир ўзгартиришлар киритганда албатта уни сақлаши (изменить ёки применить тугмаси) керак.

Яратилаётган намунани тақдимот кўринишига ўзгартириш мумкин. Муаллиф ўзи яратган намунани сақлаб олишда турли форматлар ва дастурлар кўринишини танлаши ёки унинг ҳавола (ссылка)сини кўчириб олиши мумкин.

Нега айнан Сториймэп?

Сториймэп дастурлари фақатгина харита яратишга ихтисослашган деб ўйласангиз адашасиз! Сабаби сториймэп бу ўқувчига мураккаб турдаги ҳикояларни тасаввур қилиш имконини берувчи оддий кичик визуал матнларга айлантиради. Илк маротаба Жеф Паттон ўзининг User storymapping китобида турли инструментлар ёрдамида бир қанча воқеликни оддий визуал шаклларда тушунтириш мумкинлигини исботлади⁴⁸. Мазкур йўналиш орқали жараёни турли ракурслардан ўзаро таққосланиб, фойдаланувчи мазкур воқеанинг илк иптидоси хусусида ҳам тўлиқ тасаввурга эга бўлади. Муаллиф бутун бошли мақола, матнни бир саҳифада турли дастурлар ва воситалар (фото, видео), хариталарга бойитиб кетма кет тартиблашган визуал жараёнга асос солади. Илк сториймэплар (онлайн инструментлар ихтиро қилинишидан олдин) турли стикерлар ва белгилар орқали бир бутун тасвир ҳосил қилинган. Лойиҳанинг сўнги нуқталари тақдимот ёки флаер шаклида яратилган. Сториймэпларга мурожаат 80 йилларда бошланган. Матнлар графика ва харита маълумотлари билан бойитилиб нашр қилинган. Ушбу сториймэплар тўлиқ қўлда чизилган.

Бугунги кунга келиб глобал тармоқ тақдим қилаётган платформалар орқали турли жанр вайўналишдаги сториймэплар яратилмоқда. Мазкур сториймэплар мультимедиа элементлари рангба ранг маълумотларга бойитилган. Сториймэп яратувчи онлайн контентлар 100 га яқин турли интерактив хизматлар тақдим қилмоқда. Энди юқорида қўйган саволимизга қайтсак. Нега айнан сториймэп? Олиб борилган тадқиқотлар ва шу бугунга қадар амалга оширилган ишлардан келиб чиқиб сториймэппинг йўналишини қўллашнинг асосий сабабларини санаб ўтамиз⁴⁹.

1. *Жараёни тўлиқ рангларда акс эттириш.* Кўп турдаги мультимедиа жанрлари айнан бир томонлама воқеликни акс эттиргани боис ўқувчи ундан тўлиқ тасурот ҳосил қилолмаслиги мумкин. Сториймэпда воқеа ҳар томонлама

⁴⁸<https://www.amazon.com/User-Story-Mapping-Discover-Product/dp/1491904909>

⁴⁹<https://myalm.ru>

турли мультимедиа элементларида баён қилинади. Масалан, жараёни унинг сарлавҳасидан бошласак. Мавзуга сарлавҳа, тагсарлавҳа қўйилади. Аксари сториймэпларда қўшимча аннотация қўшиш имконияти ҳам мавжуд. Кейинги боскичда аннотацияга матн қўшилади. Матн асосий ёки қўшимча тартибда берилиши мумкин. Асосий матнда 500 сўз миқдорини ёзиш мумкин. Матндан сўнг харита, фотосурат, видео, график элементлар, турли диаграмма-гистограмма элементлари, мушак каби бир қатор турли мультимедиа намуналари қўшиб борилади. Санаб ўтилган мисоллардан келиб чиқиб айтиш мумкинки, воқеа тўлиқ ракурсда фотосуратлар, видеотасвирлар ёрдамида ифода қилинса содир бўлган жой харитаси билан мазмун янада бойитилади. Қолаверса, мавзуга қўшимча мушак, аудиоподкаст элементларини қўшиш мавзунини янада тўлдиришга хизмат қилади. Яна бир муҳим жиҳат. Сториймэп шаклидаги гиперматнларга турли сайтларнинг ҳавола (ссылка) лар қўшиш, қўшимча электрон контентга ўтувчи йўлакчалар (окно) киритиш мумкин;

2. Воқеаларни кичик қисмлар орқали бутун бир яхлит тарзда ифода этиш. Сториймэппингда воқеанинг ички моҳияти кичик кичик жараёнлардан бир бутун элемент сифатида йиғилади. Масалан, 100 бетлик матнни бир бетга умумий бир кўриниш шаклига келтириш мумкин. Ва мана шу ҳар бир кичик қисмчалар умумий битта яхлит мазмун касб этади. Ўқувчи сториймэпни тўлиқ ўқиб чиқмасдан ҳам гап нима ҳақида кетаётганини батафсил англаб етади;

3. Воқеликнинг турли ракурсларда ифода қилиниши. Сториймэпда мавжуд мультимедиа усуллари ва воситалари орқали муаллиф ўз фикрини турли ифода шаклларида тақдим эта олади. Масалан, воқелик содир бўлган жой харита орқали, ундаги аниқ маълумотлар график элементлар билан, мазмунини матн, видео, фото манбалар орқали тақдим қилинади.

Жараён тартиби

Ҳикоя визуал маълумотларини кетма-кетликда ифодалаш ҳамда бир тартиб билан жараёни тузиш сториймэпнинг таркибини ташкил қилади. Сториймэпда қўлланилаётган

ҳар бир визуал элемент мавзун янада аниқроқ тушуниш, унинг моҳиятини аудитория учун яққол намоён этишдан иборат. Муаллиф маҳорати ва қўлланаётган визуал хизматлар таркибидан келиб чиқиб, урғу айнан асосий мантикқа қаратилади. Воқеликни горизонтал ёки вертикал шаклда визуаллаштириб уни тарихи, ривожланиш босқичларини умумий кетма-кетликда ифодалайди. Сториймэпда қўлланиладиган харита маълумот манбаи бўлиб хизмат қилади ва қуйидаги тартибда амалга оширилади:

1. Жараённинг асосий мавзусини очиб берувчи калит сўзлардан фойдаланиш. Харитага киритилаётган ҳамда унинг асосий маъносини ташкил қилувчи жараёни битта рангда тавсифлаш;

2. Жараёни ифодаловчи графика, фотосурат, видео ёки матн мантикий кетма-кетлик асосида бир-бирини тўлдириши шарт;

3. Асосий урғун аниқ битта мультимедиа элементига қаратиш. Одатда кўпгина сториймэпларда турли мультимедиа элементлари кўплиги боис аудиториянинг эътиборидан четда қолиб кетади. Шу боисдан муаллиф бир неча мультимедиа элементларидан фойдаланса ҳам асосий эътиборни аниқ мазмунни ифодаловчи битта элементга қаратиши лозим. Бу масалан, интерактив харита мисолида олсак. Муаллиф сториймэпда қўллаётган харитага нуқталар (отметка), белгилар қўйиш орқали уни интерактив шаклга ўтказиши мумкин. Шунингдек харитага матн элементларини қўшиш, аниқ воқеа содир бўлган жойни белгилаб кўрсатиш мумкин. Интерактив хариталардаги яна бир муҳим ҳолат бу воқеа содир бўлган жойни кетма-кет узвий бир-бирига боғлаш имкониятидир;

4. Сториймэпда ранглар ифодаси. Кўплаб тармоқдаги сториймэп яратувчи сайтларда турли мультимедиа хизматларидан яна бири бу ишни турли ёрқин рангларда ифода этишдир. Рангларни ҳар бир элементга алоҳида алоҳида ёки орқа фон сифатида қўшиб чиқиш мумкин;

5. Сториймэпда овоз ва подкастлар ёзиш амалиёти. Сториймэпда тилга олинаётган жараёни ёрқин ифодалаш,

ўқувчида бой таасурот уйғотиш мақсадида мавзуга мос овоз элементларини қўшиш. Глобал тармоқда кўплаб сайтларда овоз ёки аудиоподкастлар унинг ички таркибида тақдим қилинади. Агар тақдим этилган манба муаллифга ёқмаса, унда овоз элементини калит сўзлар ёрдамида интернетдан юклаб олиш мумкин. Мазкур мусиқа ёки овоз хизмати муаллиф хоҳишига кўра бир неча форматларда тақдим этилади;

6. Манбани таҳрирлаш. Турли мультимедиа, графика, видео, фото элементларидан сўнг тайёр бўлган маълумотлар жамланмасини таҳрирлаш, турли чизиқлар ёрдамида чегаралаш, қайта сафга тизимлаш ёки умуман бошқа бир тартибда тўғирлаш мумкин. Бу муаллифга яратаётган ижодий ишини қайта такомиллаштириш имкониятини беради. Маълумотларни яратишда уни маълум аниқ манбалардан қидириш ҳам муҳим аҳамиятга эга бўлади. Демак журналист ўз фаолиятига доир маълумотларни энг аввало қайси манбалардан топиш муаммосига дуч келиши мумкин. Маълумотларни ёритишда муаллиф олдида мазкур маълумотларни топиш муаммоси ва мазкур контентни излаш тартиби ҳақида айтиб ўтсак. Глобал тармоқда маълумотларни қидирувига ихтисослашган 130 га яқин турли таркиб ва контент маълумотларига эга бўлган сайтлар мавжуд. Улар орасида энг кенг тарқалгани ва ахборот бозорида ўзининг аудиториясига эга бўлган сайтлар ҳақида таснифлар бериб ўтамыз.

Маълумотларни қидиришга мўлжалланган сайтлар таснифи

Мультимедиавий матн яратилиши лозим бўлган манбанинг асосий мағзини берувчи калит сўзлар тўпламини яратиш. Бунда муаллиф яратаётган ахборотдаги асосий эътибор унинг моҳиятига қаратилади. Масалан, бирор бир мавзуга бағишланган матнни олайлик. Бунда асосий калит сўзлар сифатида ташкилот номлари, жой, вақти, атоқли отлар ва махсус терминлар танлаб олиниши керак. Бунда энг аввал маълумотларни қидирувни амалга ошириш керак. Глобал тармоқ фаолиятида юзлаб ахборотни топиш, тартибга солиш, таҳлиллашни амалга ошира олувчи қидирув тизимлари

мавжуд. Мазкур тизимлар ишлаш алгоритми, анонимлик жиҳатидан бир-биридан фарқ қилади.

<https://google.ru>- 2015 йил 15 октябрда Alphabet холдинги томонидан қайта ташкил қилинган Америка транмиллий корпорацияси бўлиб, интернетдаги маълумотларни қидириш ва тартиблашга ихтисослаштирилган. Ушбу лойиҳа асосан реклама дастурлари орқали даромад олиб, Amazon, Apple ва Microsoft компанияларидан кейинги учинчи ўринда туради.

2020 йил октябрдаги Statecountermonutoring маълумотларга кўра google интернет тармоғида маълумот қидирувчиларнинг 92% хизмат кўрсатади.

Бевосита Facebook, YouTube, Twitter маълумотлари ҳамда турли минга яқин сайтлардан маълумотларни қидиришга ихтисослашган. Калит сўзлар, атамалар орқали қидирувни амалга оширилади. Асосан энг кўп фойдаланувчига эга бўлган сайтлардан маълумотларни тақдим этади. Сайт фойдаланувчининг ҳар бир амалиётини кузатиб унга мос равишда ишлаш алгоритми мунтазам равишда ўзгариб такомиллашиб туради. Google реклама даромадларидан йилиги миллиардлаб доллар даромадни амалга оширади. Сабаби аксарият харидлар лойиҳа қидирувчиларининг ҳиссасига тўғри келади. Биргина АҚШда йилиги 195 миллионга яқин қидирув амалга оширилади.

<https://www.bing.com> Microsoft компанияси томонидан асос солинган бўлиб Windows дастури учун махсус ишлаб чиқилган. Google қидирув тизимидан кейинги ўринда турувчи ушбу сайт фойдаланувчи сўровларини автоматик тўлдириш ва таҳрирлаш имконияти мавжуд. У индивидуал равишдаги веб сайтлар маълумотлари ҳамда видео, аудио форматларни жуда осонлик билан қидириб топа олади. Ишлаш алгоритми google тизимида 80 фоиз мос келувчи ушбу лойиҳа фойдаланувчи ҳаракатларини кузатиш сунъий интелектига эга. У сиз қидираётган маълумоларни таҳлил қилиб шунга мос равишда қўшимча хизматлар таклиф этади. У АҚШнинг энг йирик қидирув тизими сифатида ахборот бозоридаги 6 фоиз аудиторияга эгалик қилади. У бошқа тизимлардан ўзининг

бир неча панелларга бойитилганлиги билан фарқ қилади.

<https://yandex.ru/blogs-> рус тилидаги маълумотларни қидириш учун мўлжалланган бўлиб асосан русийзабон блоглар ва сайтлар (LiveJournal, Twitter, vKontakte, Liveinternet, diary.ru, Google) маълумотларини излашда фойдаланилади. Қолаверса, иж тимой тармоқлар ҳамда шахсий блоглардаги хештеглар орқали керакли маълумотларни инструмент дастурларига тақдим этиши мумкин. Фойдаланувчи киритган умумий маълумотлар кетма-кетлигидан келиб чиқиб янги ахборот тақдим қила олади. Ушбу қидирув тизимида икки турдаги пулли ва бепул хизматлар таклиф қилинади.

<https://duckduckgo.com-> 400 га яқин манзиллардан маълумот излашди. Айнан ушбу қидирув тизими учун ихтисослашган кроудсорсинг маълумотлар манбаси билан бойитиб борилади. У ишлаш тизимига кўра google қидирув платформасига анча яқин.

[\(https://www.ibm.com/\)](https://www.ibm.com/) Boarder дастури онлайн форумлар, хабарлар, блогларлар янгиликлари, намоишлар ва ижтимоий тармоқлардаги ахборотни қидиришга ихтисослашган. Аммо айнан калит сўзлардаги маълумотларни қидириш билан чекланади.

***Creative Commons Search* - <https://search.creativecommons.org/>** қидирув тизимида кўпроқ ўз ижодий намуналарини яратмоқчи бўлган аудитория учун мўлжалланган бўлиб, фақат муаллифлик ҳуқуқи мавжуд бўлган ахборотларни тақдим этади. Сайтда бошқа сайтлардаги маълумотларни тўловсиз ёки муаллифининг розилигисиз қайд этиш ва нусха олиш имкони мавжуд эмас.

<https://giphy.com/->caймуда айнан онлайн инструментларга мос суратлар, фотоишланмалар, анимация, GIF форматидаги визуал ахборотларни излашга мўлжалланган.

<https://startpage.com-> ушбу қидирув тизими googlening аналог шакли бўлиб, ундан IP манзилсиз ҳам маълумотларни қидириш ва юклаш мумкин. У Европа мамлакатларидаги интернетга оид қонунлар билан тартибга солиниб, анонимлик ҳолатида фаолият юритади. Сайтда фойдаланувчига турли

онлайн инструментлар учун маълумотлар тақдим этганида унда нусхалар кўчириб олмайди. Айниқса сайтда шахсий блоглардаги маълумотлар билан танишиш ва тартибга солиш имкони мавжуд.

Қидирув тизими 2013 йилда Париж шаҳрида асос солинган бўлиб, турли мавзудаги маълумотларни излашга ихтисослаштирилган. Аммо маълумотлар аноним тарзда тақдим этилмайди. Кўп ҳолларда АҚШга оид маълумотларни тақдим этади. У ахборот қидирувчининг жойлашган манзилини аноним ҳолда сақлайди. Лозим бўлганда айнан бир мавзуга ихтисослашган мавзунини қидириши мумкин.

<https://www.ecosia.org>- 1 миллионга яқин қидирув манбалар билан ҳамкорлик қилувчи ушбу сайтнинг 80 фоиз даромади экологик ҳайрия ишларига сарфланади. Ҳар 50 марта амалга оширилган қидирув тизими учун битта дарахт экиш лойиҳасини амалга оширади. Сайтга кирган ўқувчи маълумот қидириш вақтида нечта экин экилган сонини билиши мумкин. Аммо лойиҳа фаолияти, унда амалга оширилаётган сўров маълумотларнинг махфийлиги кафолатланмаган. Лойиҳада қидирилаётган видеолар ва фотосуратларни филтрлаш ҳамда тартибга солиш имкони мавжуд.

<https://swisscows.com>- ноаънавий тарзда ташкил этилган ушбу сайтда маълумотларни хариталар асосида тартибга солиш мумкин. Интерактив хариталар орқали қидирувни амалга оширишга ихтисослаштирилган ушбу тизимда маълум бир график белги босилса фойдаланувчига керакли ахборот шу заҳоти тақдим этилади.

Хулоса қилиб, айтганда сториймэп кўп тармоқли турли мультимедиа элементларидан таркиб топган қурама йўналиш ва жанрдир. Унда муаллиф ўзининг барча истакларини ёрқин форматлар ва элементларда ифода эта олиши мумкин. Интернетдаги платформалар ўзининг йўналишига қараб турли хизматлар тақдим этади.

ТАЙМЛАЙН (Time line)

Таймлайн – (time line) яъни – **time** – вақт, **line** – чизик, вақт кетма-кетлиги деган маънони англатиб, унда журналистнинг ижодий ғояси вақт макон ва замон кетма-кетлигида жойлаштирилади. Бугунги кунга келиб интернет тармоғида исталган мавзу ва жанрдаги маълумотларни таймлайн йўналишида вақт жадвали воситасида турли дастурлар билан бойитиш имконини берувчи тармоқ ресурслари мавжуд. Бунга Timeline Maker Professional, Timeline Maker Student, canva, infogra, esri каби мультимедиа платформаларини мисол қилиш мумкин. Мазкур сайтларда ижодкорлар ўз даврий вақт тасмасини ярата олади. Шунингдек, таймлайн дастурининг яна бир ёрдамчи Timeline Creator файли бир вақтнинг ўзида бир неча мавзудаги воқеликни солиштириш имконини беради. Бунда маълум бир вақтдан олдинги ҳолат ҳамда бугунги ҳолатнинг тасвирлари (харитаси, видеоси) солиштирилади.

Энди нега айнан ушбу жанрнинг бу қадар тармоқда оммалашганига жавоб топамиз. Таймлайн ёрдамида биз жараёни визуаллаштириш, воқеаларни умумий вақт кетма-кетлигидаги хронологиясини яратишимиз мумкин. Эътиборли жиҳати умумий даврни яратиш мобайнида айнан бирор бир воқеага урғу бериш ёки бутун бошли жараёни бир тасмага камраб олинади.

Маълумотларни аудио, видео, матн элементларини Microsoft Excel жадвал дастури ёрдамида маълумотлар билан бойитиб, Smart Draw график гипер ҳаволасида берилади. Ушбу дастурлар бир-биридан имкониятлар кенглиги, мавзу хронологияси, тармоқда узатиш коммутациясининг синхрон режими, пакет проколи билан фарқ қилади. Баъзи дастурлар прогнозлаш платформаси билан бойитилган. Ўзининг вазифаси, ҳар хил дастурларда яратилганлиги билан таймлайн мультимедиавий жанрининг бир неча турлари мавжуд. Улар:

– **Ахборий.** Аниқ мавзуга мўлжалланган, хронологик кетма-кетликда ахборот берувчи маълумотлар йиғиндиси. Ахборий таймлайн кўпроқ онлайн нашрларда бир мавзуга бағишланиб, вақт кетма-кетлигида унинг тарихий муқаддимасидан то

якунига қадар бўлган умум комплексни ташкил қилади;

– **Таълим.** Ушбу турда асосан ўқув дастуридаги маълум бир фанга доир маълумотлар йиғиндисидан ташкил топади. Бу бирор-бир олий таълим муассасасидаги қайсидир илмий мавзу, фан ёки тадқиқот доирасида ахборот берувчи онлайн платформа шаклида бўлиши ҳам мумкин;

– **Йиғмажилд (портфолио)** шаклидаги таймлайнлар аралаш тур деб ҳам аталади. Унга турли дастурлар қоришувидан ҳосил бўлган комплекс жанр тури деб ҳам аташ мумкин. Қайсидир соҳанинг маълум бир давр ичидаги фаолият тури ҳақида маълумот берувчи йиғма ахборотлар мажмуи;

– **Харита бунда “маълумот+харита”** шаклида воқеалар ҳам замон ҳам макон мутаносиблиги нуктаи назаридан ёндашилади;

– **Тарихий шахс** (Амир Темур, Нобель, Эйнштейн, Алишер Навоий), воқеа (Техник тараққиёт, машинанинг кашф қилиниши), жаҳон миқёсидаги аниқ бирор-бир мавзу (масалан 1, 2-жаҳон уруши) вақт кетма-кетлигида жойлаштирилади.

Таймлайн яратиш тартиби

1. Сиз яратмоқчи бўлган таймлайн мазмунига мос инструментлар тўпламини тақдим этувчи платформа турини танлаш;

2. Мазкур сайтдан тайёр шаблон ёки бўш форматдаги яратиш намунасини очиш;

3. Керакли мультимедиа элементлари билан бойитиш.

Мисол сифатида <https://infograph.venngage.com> сайтини олсак. Мазкур сайтда турли график элементлар таймлайн, инфографика, сториймэп, буклет, логотип, электрон китоблар дизайни, баннер, бюллетень, табрикномалар, визиткалар, флаер, хат ва резюме сингари хизматлардан фойдалниш мумкин. Сайт ҳар бир йўналиш бўйича тайёр намуналар билан бир қаторда олдин сайтда яратилган машҳур ижодий ишлардан янгиликларни тақдим этади. Фойдаланувчи ушбу шаблонлардан танлаб олиши ёки ўзининг янгидан бўш файлида ижод қилиши мумкин. Бўш шаблонга исталган шакллар-диаграмма, фотоколлаж сингари интерактив элементлардан

фойдаланилади. Ҳар бир йўналиш бўйича жами 300 га яқин нумуналар тақдим қилинган.

Таймлайн жанри ахборот беришнинг янги усули сифатида тақдимот шаклида мавжуд бўлган. Уни турли мультимедиа элементлари-иллюстрациялар, ҳаволалар, видео ва аудио таркиб билан бойитиш амалиёти фақат интернет тармоғи кашф қилинганч юзага келган бўлса ҳам аммо турли хориж The Guardian, the Times сингари нашрларда аллақачон унинг иптидоий намуналарини учратиш мумкин. Асосан мавжуд жараён ва билимларни вақт чизиғида тартибга солишга ихтисослаштирилади.

Таймлайнни ташкил этиш қуйидаги босқичларда амалга ошади:

- Асосий ғояни танлаб олиш ёки мавзуга мос матн яратиш;
- Ғояни вақт кетма кетлигида тартибга солиш;
- Визуал элементлар танлаш ва қўшиш.

Таймлайнни яратишда унинг пердмети мавзу ғояси бўлса, объекти унинг вақт чизиғи ҳисобланади.

Таймлайн ўқувчига маълумотларни содда тилда аниқ вақт кетма-кетлигида тушуниш имконини яратади. Унинг асосий хусусиятлари қуйидагилар:

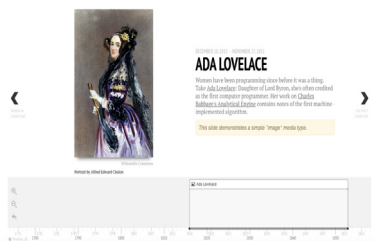
1. **Гиппертекстуаллик** – матн –мавзу ва ғоявий боғлиқлик ўз навбатида бир қанча йирик ҳажмдаги маълумотларни камраб олади;

2. **Интерактивлик** – мазкур жанр муаллиф ва ўқувчига бир вақтнинг ўзида горизонтал вертикал икки томонлама алоқа қилиш имконини яратади. Бу ўз навбатида ўқувчининг ижодий жараёнда ҳам бевосита иштирок этиб ўз фикрлари билан ўртоқлашиш имконини яратади;

3. **Мультимедиавийлик** – (ахборот тақдим қилишнинг турли усулларида фойдаланиш) форматида уни визуаллик даражасини оширади. Бу ўз навбатида ахборотни оддий матн шаклидан мукамалликка олиб чиқади.

Таймлайн жанрига мисоллар (ria.ru сайти материаллари мисодаги таҳлил)

https://ria.ru/			
Мантикий таркиб	Ахбороти тақдим қилиш усуллари	Таҳлил усуллари	Мультимедиавий таркиб
Кадрлар олимпиада Декабрь 2018			
Сана, жой номлари каби далиллар асосида умумий матн мазмунини ҳосил қилиш	Жадвал график усулда матнлар кетма-кетлиги	Қиссий таҳлил	Матн+графика +тасвирий график элементлар
Как поступить в российский вуз: инструкция для иностранцев			
График элементлар, мониторинг савол жавоб, кўрсаткичлари, гиперҳавола-дан унумли фойдаланилган	Жадвал чизикли диаграмма усулида ташкил қилинган	Ҳисобот	Матн+график элемент+диаграмма
Что будут сдавать школьники в новом учебном году			
График элементлар ҳам таҳлилий мониторинг, сана, вақт кўрсаткич- ларидан кенг фойдаланилган	Умумий бир канча турдаги мониторинг, сўровнома, жадвал ҳамда график элементлар мавжуд	Ҳисобот+суриштирув	Тасвирий ифода+график элемент+матн
Розетта обнаружил и сфотографировала заснувший модуль “Фила”			
Тақдимот усулидаги янги йўналишда ташкил қилинган	Тасвир, фото лавҳалардан умумий жараён ҳосил қилинган	Таҳлилий корреспонденция аниқ мавзуга мўлжалланган, хронологик кетма кетликда ахборот берувчи маълумотлар йиғиндиси	Тасвир+фото тақдимот+ матн+фотоколлаж



Энди таймлайнни яратувчи дастурларнинг асосий феномениниш таҳлил қилсак: Timeline Maker Professional – дастури фойдаланувчининг компьютерига илова сифатида ўрнатишга ихтисослашган. Унда

исталган миқдордаги таймлайнларни яратиш имконияти мавжуд. Мазкур дастурнинг икки хил шакли мавжуд: биринчиси Timeline Maker Professional бўлиб, у тўлиқ график элементлар мажмуини қамраб олган. Унда нафақат таймлайн

балки инфографика, сотриймэпс, слайдерлар ва бошқа кўп турдаги мультимедиа мақолаларини яратиш мумкин. Иккинчи тур Timeline Maker Student-мазкур дастурнинг бироз енгиллаштирилган форматдаги шаклидир. Унинг ички созламалари ўта мураккаб тузилмагани боис истаган фойдаланувчи осонлик билан мультимедиа мақоласини яратиш мумкин. Биринчи асл форматидан нисбатан арзон бўлган ушбу илованинг имкониятлари ҳам чекланган тарзда тақдим қилинади. Ушбу дастурларнинг таркибида Excel, Word, Paint, fotoshop сингари кўшимча фреймлар ўрнатилган. Мазкур дастурни илк маротаба юклаган фойдаланувчи ундан рўйхатдан ўтиши талаб қилинади. Шундан сўнг унинг илк бепул хизматидан фойдаланиб кўриши мумкин. Сайт фойдаланувчига ҳар бир амалга ошираётган иши учун олдиндан ёрдам (подсказка) бериб туради.

Асосий фойдаланиш хусусиятлари:

- Google Drive ҳужжатлари билан ишлашга ихтисослаштирилган. Яъни ушбу контентда ишлаш учун googleга маълумотларни юклашни талаб қилади;

- Катта ҳажмдаги хроник маълумотларни таҳрирлаш имконияти бор;

- Замонавий дизайндаги маълумотларни яратиш мумкин;

- Ушбу контентда кўплаб шаклдаги форматларни яратиш ва юклаш имконияти мавжуд;

- Тўлиқ бепул форматда ишлатиш мумкин.

Камчиликлари:

- Тил танлаш имконияти йўқ;

- Визуаллаштириш ва таҳрирлаш имконияти чекланган.

Sutori

Ушбу контент интерактив махсус ташкил қилинган. Ундан электрон рўйхатдан ўтиш орқали (create story) орқали таймлайн яратиш мумкин. Таймлайн ташкил қилинаётганда барча маълумотлар аниқ шаклда киритилиши керак. “Add banner” хизмати орқали тармоқда мавжуд маълумотларни юклаб олиш мумкин.

Ишни воқеанинг қисқача мазмунини ёзишдан бошлаймиз-

Venngage

Мазкур хизмат турли даражадаги ҳисоботлар, инфографика, афиша, платкат ва эълонларга ихтисослашаган. Ушбу сайтнинг яна бир онлайн хизмати бу таймлайн яратиш амалиётидир.

Афзалликлари:

- Мазкур сайтда яратилган таймлайнда турли интерактив хизматлар ҳамда воситаларни қўшиш мумкин.
- Хизматни визуаллаштиришда кенг имкониятлар ва маълумотлар тўплами тақдим этилади.
- Муаллиф мавзуга доир бошқа намуналарни кўриши ва таққослаши мумкин.



Камчиликлари:

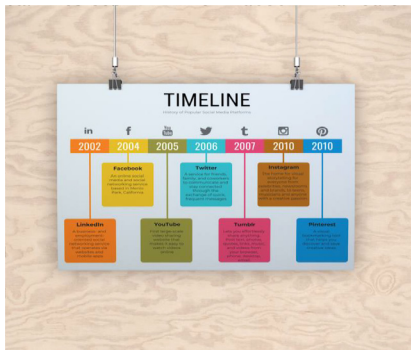
- Жуда қўп хизматлари пуллий равишда тақдим этилади.
- Инструментларни танлаш имконияти чекланган.

Хизматга онлайн почта орақали уланиб контент яратиш мумкин. Таймлайнни бир бутун комплекс шаклда ҳам фойдаланиш мумкин.

Таймлайн яратишдаги асосий намуналар таркиби

- Тайлайн яратишда унда маълумотларни турли рангларда ва шаклларда ажратиш кўрсатиш орқали ўқувчи эътиборини тортиш мумкин. Ифода усулида турли ранглардан фойдаланиш амалиёти диққатни тортишнинг энг кенг тарқалган воситалардан бири ҳисобланади. Мақола мазмунига қараб унинг ранги ёки ифода усулини бир хил қилиш мумкин.
- Маълумотларни бир тартибда визуаллаштириш усули.

Агар муаллиф ифодалаш усулида бир хил ранглардан ёки аниқ форматдан фойдаланса унда маълумотлар кетма-кетлиги ва изчиллигини таъминловчи умумтаркибни ярата олиши керак. Сабаби ўқувчи маълумотларни қабул қилишда ундаги бир шакллардан тез зерикиши ёки асосий манба эътибордан четда қолишимумкин.



➤ Шунингдек таймлайнни тақдимот тарзида ҳам яратиш имконияти mavjud. Бунда воқеанинг ривожланиш тартибини кетма-кет ифодалаш маҳорати муҳим аҳамият касб этади.

➤ Харита шаклидаги таймлайнлар яратиш тартиби. Бугунги кунда маълумотларнинг аниқ тартиби, ривожланиш босқичини яратиш мақсадида маълумотларни харита ёрдамида ҳам ифодлаш мумкин. Инфографика, графика, видео, фото элементларидан кенг фойдаланилади. Агар муаллиф асосий маълумотни ажратиб кўрсатишни истаса унда мазкур маълумотни таймлайн маълумотидан фарқ қилувчи контраст ранглар оқ+қора, қизил+қора, кўк+қора, кўк+қизил тарзида бериши мумкин.

➤ Таснифлаш шаклидаги таймлайн. Сўнг йилларда турли йилларда суратга олинган видео тасвир, фото ёки хариталарни ўзаро солиштириш, таққослаш амалиёти кенг қўлланилмоқда. Ушбу амалиёт илк маротаба 1996 йилда The New York Times нашрида қўлланилган. Муаллиф воқеликдаги фарқни тушунтириш мақсадида турли йилларда суратга олинган фотоматериалларни таққослаш орқали манба моҳиятига чуқурроқ урғу берган. Кейинчалик ушбу қиёслаш амалиёти бошқа кўплаб оммавий ахборот воситаларида ҳам кенг қўлланила бошланди.

Таймлайн яратишнинг ҳар қандай турида ҳам муаллиф энг аввал ўз ғояси ва маҳоратига таяниб иш кўради. Шундан келиб чиқадики, мультимедиа инструментларининг барча тури қанчалик мукамал бўлмасин, у фойдаланувчидан ўткир зехн талаб қилади.

III БОБ. ТАРМОҚ ТЕХНОЛОГИЯЛАРИНИНГ ЖАНРЛАР ШАКЛЛАНИШИДАГИ ЎРНИ

3.1. Интернет технологияларининг янги тармоқ жанрларини шаклланишига таъсири

Мультимедиавий ҳикоя ёки мақола – онлайн журналистиканинг ўзига хос ахборот тури сифатида турли жанр ахборот бирликларидан ташкил топиб, бир қанча интерфаоллик хусусиятлари ҳамда медиаконвергенция элементларини мужассамлаштирган. Мазкур медиамаҳсулот овоз, товуш, матн графика ҳамда видео шаклларидаги ахборотлар бирикмаси, яъни, мультимедиавий гиперматн деб аталади. Мультимедиавий гиперматн тузилиши жиҳатидан қуйидагиларни ўз ичига олиши мумкин: гиперҳаволали матн, видео, фото, слайд-шоу, аудио, инфографика, карикатура, интерактив шакллар (онлайн овоз бериш, шарҳлар, рейтинглар). Уларни дастлабки ва иккиламчи компонентларга бўлиб таснифлаш мумкин. Дастлабки компонентларга бошқа манбаларнинг ҳавола қилинган матнни, фото, видео ёки аудиоларни киритиш мумкин. Ҳеч қандай материал ҳаволаларсиз тақдим этилмайди. Асосий ахборот расм элементлари орқали берилади. Матнни эса шарҳ, аниқлик, сарлавҳа бериш шаклида қўшиш мумкин. Уни турли таҳририятлар ўз фаолият хусусиятига кўра турлича шаклда тақдим қилади. Глобал тармоқдаги янги технологик дигиталлашув⁵⁰ имкониятлари –дастурлар, турли мультимедиавий жанрлар жараён медиаконвергенциясининг ахборотга нисбатан қабул қилиш имкониятларини кенгайтирди.

Интернет алоқанинг асосий феномени сифатида жаҳоннинг микроуясига айланди. Масалан, АҚШ, Хитой ҳамда Европанинг 21270 дан ортиқ телестанциялари кунига 85000 соатлик эфир дастурларини тинимсиз трансляция қилмоқда. Аммо аудитория ўрта ҳисобда суткасига 5 соат вақтини телевизор томоша қилишга ажратади. 2018 йилда медиаскоп

⁵⁰ Ахборотни рақамли форматга ўзгартириш, маълумотларни рақамли алгоритмлаш орқали фойдаланиш қамровини кенгайтириш. Smi.academic.ru электрон луғатидан фойдаланилди.

электрон журналидаги тадқиқот натижаларига кўра, оммавий ахборот истеъмоли аудитория камровидаги кўрсаткичлар таснифи қуйидагича бўлган: 4 соат телевизор, 3 соат радио, 15 дақиқа матбуот нашрларига ҳамда 15 соат интернет тармоғига сарфланган⁵¹.

Нейробиолог олимлар ўтказган тадқиқот натижаларига кўра, инсон онги сониясига 120 битдан ортиқ ахборотни хазм қила олмайди⁵². Бир инсон бошқа шахс билан мулоқот қилиши ёки исталган ахборот воситасидаги маълумотлар билан танишиб чиқиши 60 бит иш коэффицентига тенг. Кунлик ахборотни қабул қилиш ва қайта ишлаш 30 гигабайт, умумий юз минг сўз, товуш, тасвир умумлашмасига баробар. Яъни ҳар бир шахс бутун бир ҳаёти мобайнида 300 экзобайтга тенг маълумотни истеъмол қилади. Агар бир вақтнинг ўзида икки инсон билан мулоқот қилинса, сиз биологик қувватнинг баридан фойдаланаётган бўлади. Бу бир вақтнинг ўзида учта инсон билан мулоқот қилиш имконсиз эканини англатади. Шу боисдан жаҳондаги етакчи оммавий ахборот воситалари омма эътиборини жалб қилиш, уни тўлиқ тасарруф этишда маълумотларни имкон қадар бойитиш, турли форматдаги дастурлар, сунъий интеллект даражасидаги ақлли робот филтрлари, ахборотнинг гиперматн ҳаволаларига айлантириш, турли ОАВ хусусиятлари конвергенцияси, мультимедиавий жанрлар интеграциясига сабаб бўлди.

Хулоса қилиб айтганда, мультимедиавий жанр бу ўта янги кашфиёт эмас. Интернет кашф қилинган даврга қадар ҳам унинг илк ибтидоий намуналари мавжуд бўлган. Масалан, китобларга қўшиб бериладиган видео ва аудио манбалар. Интернет уни бойитиб, турли форматларда сайқаллаб кўриш имконини яратди. Мультимедианинг асосий шарти биринчидан- матн турли элементлардан ташкил топиши ва мазкур элементларнинг бари исталган технологик платформада кўриш, танишиш имконияти. Форматда тақдим

⁵¹URL: <http://www.mediascope.net>

⁵²Turing A. (1950). Computing machinery and intelligence. Mind, ⁵⁹ (236), P. 433–460. Reprinted in Hofstadter, D., and Dennett, D. C., eds., The Mind's I (New York: Basic Books, 1981), P. 54–67.

этилатган сурат олиш, матн, видео, аудиоёзув, анимация, график элементларни аллақачон инсонлар ихтиро қилиб бўлган эди. У маълум бир воситада фақат бир ёқламали тақдим қилишда чекланган. Масалан, газета матн, ТВ матни, тасвир ва овоз, радио-овоз ёзмалари. Яъни, уни универсал комплекс тарзида тақдим этувчи электрон платформага эҳтиёж бўлган. Энди ушбу турли ахборот элементлари бир жанр қолипларига турланиб, яхлит матннинг бойитилган шакли тармоқда мультимедиавий йўналишда ўқувчиларга тушунарли ва қизиқарли тилда етказиб берилмоқда. Мультимедиа жанрларидаги хилма хил ахборотлар алгоритмик микроюси туфайли ушбу атаманинг ўрнига visual storytelling – визуал ҳикоя сўзини қўллашни тавсия этамиз. Яъни матнни визуал шаклга ўтказиш ва уни самарали қўллаш амалиёти назарда тутилмоқда. Матнларни турли визуал форматларга ўтказишда тармоқ имкониятларининг таъсири жуда катта. Илк иптидоий шаклида интернетдаги маълумотлар асосан матн ва турли белгилардан ташкил топган бўлиб, ифода имкониятлари чекланган эди. Кейинчалик олимларнинг узоқ йиллик машаққати ва ихтиролари туфайли интернет барча ахборот воситаларининг имкониятларини (овоз, тасвир) камраб олди. Қолаверса ушбу имкониятларни турли шакллар ва усулларда мукамал тарзда тақдим этиб келмоқда. Айнан интернетда мавжуд хизматлар, ижтимоий тармоқлар ёки электрон платформалар таъсирида бир қанча янги синтетик жанрлар ва гибрид йўналишлар вужудга келди. Мазкур йўналишларда муаллиф анъанавий жанрларни тармоқ имкониятлари билан бирлаштириб, уни янги ифода усулларида тақдим этмоқда. Бир ҳикояда бир қанча имкониятлар харита, фото, видео, овоз, матн ифодаси қўшилиб сториймэп, график элементлар ва матн жамланмасидан инфографика, вақт таснифи ва турли мультимедиа қоришувидан таймлайн, узун матн ҳамда визуал элементлардан лонгрид, турли форматдаги видео ва мусиқа элементлари бирикувидан янги видео жанрлар юзага келди.

Шунингдек, айнан интернетгагина хос бўлган бир қанча синтетик ҳамда гибрид жанрлар тармоқ имкониятларининг

ҳосиласи ўлароқ амалиётда самарали фойдаланмоқда. Бунга қуйида берилган йўналишлар ва жанрларни мисол қилиш мумкин.

Твиттер репортаж (ТВИТ)

Онлайн журналистикада сўнги замонавий тенденциялардан бири бу тармокни фаол ўзлаштириш амалиёти бўлди. Бугунги кун аудиторияси кўп вақтини интернетда ўтказгани боис асосий урғу мазкур электрон платформалардаги аудитория эътиборини қозонишга қаратилмоқда.

Энг сўнги олинган мониторинг натижаларига кўра⁵³ интернетдан фойдаланувчилар айнан Ўзбекистон ҳудудида 27 миллиондан (2021 йил март статистикаси) ошиб кетди. Улардан 97 фоизни мобил алоқа орқали фойдаланувчиларни ташкил қилади. Мазкур мобил фойдаланувчиларнинг асарияти кўпроқ ижтимоий тармоқлар ва турли электрон платформалардан фойдаланади. Энг оммабоп тармоқлар таркибига Твиттер, Фейсбук, Инстаграм, Телеграм, You Tube, В Контакте, Однокласники, Whatsup каби платформалар етакчилик қилмоқда. Албатта ижтимоий тармоқлар журналистка учун аудитория эътиборини қозониш ва кўпроқ қатламни қамраб олиш масаласи билан боғлиқ ҳолат. Мазкур ижтимоий тармоқларнинг таркибида ривожланган бир қатор янги йўналиш ва жанрларни таснифлаб ўтсак. Энг оммабоп йўналиш сифатида қайд этилаётган Твиттер репортаж жанрининг туб моҳиятида репортаж функциялари мавжуд. мазкур йўналишга 2006 йили АҚШда асос солинган бўлиб, мавзу доирасидаги жами 140-160 элементдан ошмаган маълумотлар жамланмасини қамраб олади⁵⁴. Твиттер контентидаги барча профиллар тармоққа уланган бўлиб, фойдаланувчилар ўзаро маълумот алмашиш учун бир-бирига обуна бўлишлари талаб қилинади. Твetterда рўйхатдан ўтиш учун қисқа маълумот исм-шарифи, шахс ҳақида ахборот ва

⁵³<https://www.gazeta.uz/uz/2020/12/11/internet-users/>

⁵⁴Уланова М. Интернет-журналистика: Практическое руководство. М.: Аспект Пресс, 2017. С. 41- 238

унинг географик жойлашуви талаб қилинади. Агар фойдаланувчи ўз ахборотидан бошқалар ҳам бохабар бўлишини истаса унда умумий фойдаланувга қўйилиши керак. Умуман олганда твиттер репортажларни қисқа микроблогларга қиёслаш тўғри бўлади. Микроблар доимий равишда янгиланиб, ахборот қўшимча маълумотларга бойитиб борилади. Твиттердаги ахборот бериш функциясига кўра у қуйидаги вазифаларни бажаради:

- Маълумот бериш;
- Сухбат ва ахборот алмашув;
- Ахборот манзилларини оммалаштириш;
- Янгиланиб турувчи жараён тасмасини ҳосил қилиш.

Твиттер+репортаж икки микроблог жанрларнинг қўшилиувидан ҳосил бўлади. Одатда твиттер репортаж бир муаллиф қаламига ёки бутун бошли гуруҳга тегишли бўлиши мумкин. Мазкур репортажнинг ўзига хос жиҳати шундаки у бир вақтнинг ўзида икки ёқлама шаклда эълон қилиниши яъни твиттер ва бошқа бир ОАВларида чоп қилиниши мумкин. Жанрнинг камчилиги эса воқеликни тўлиқ акс эттириш имконини бермайди. Сабаби воқеада ҳар бир детальни ифодалаш имкони йўқ⁵⁵. Твиттер ахборот кўпроқ фактларни ифода этишга таянади. Ёки муаллиф воқеликни ҳисобот тарзида ҳам баён қилиши мумкин. Асос ривожланиб бораётган воқеаларни кетма-кет ва мунтазам равишда ёритиб боришга қаратилади. У айна вақтдаги тенденцияларни асосан онлайн трансляция видеосига қўшимча подкастлар тарзида эфирга берилади. Масалан, <https://twitter.com/> контентида “Острый репортаж из под забора” (Девор ортидаги аччиқ репортаж) янгиликлар тасмасида кўпроқ қисқа 1,2 дақиқали репортажларни кузатишимиз мумкин. Бугунги кунга келиб Твиттер, Инстаграм каби ижтимоий тармоқлардаги муаллифлик репортажлар сони 5 миллиондан ошиб кетди.

⁵⁵<https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-zhanrov-internet-smi/viewer>

Онлайн кундалик

Муаллифлик ижоди сифатида (масалан, инстаграмда) тармоқда кенг қўлланилади. Унда муаллиф куннинг долзарб масалалари, янгиликлари бўйича ўз фикр ва шарҳларини ёзиб қолдиради. Матн, видео, фото элементларидан кенг фойдаланилиши мумкин. Инстаграм ижтимоий тармоғининг 75 фоиз видео, фото маълумотлари онлайн тарзда узатиб бориловчи кундаликлардан ташкил топган. Онлайн кундалик айнан бирор аниқ бир муаллифга тегишли бўлади.

Онлайн эслатма жанри. Янгилик, далил ва долзарб воқеаларни ўқувчининг диққатини жалб қилувчи визуал элементлар билан эълон қилиш. У турли сайтлар ва ижтимоий тармоқлар, янгиликлар тасмаси, онлайн нашрларнинг бош саҳифасида тез-тез эслатма шаклида турли ракурслардан намоиш қилинади.

Янгиликлар мониторинги. Фойдаланувчилар орасида ўтказилган сўровноманинг хулосаси инфографика ёки матн кўринишида ифода қилинади. Турли график элемент, матн, сураат ва фотоколлаждан фойдаланиш мумкин.

Муаллифлик блоги

Тармоқнинг фойдаланувчилари орасида шахсий веб саҳифасини юритиш, уни маълумотлар билан тўлдириш энг оммабоп жанр тури сифатида эътиборга молик. Илк маротаба 2000 йилда Адам Контрас ўзининг кундалик видеоёзувларини дўстларига юборган. Кейинчалик шоу-бизнес соҳасида ҳам видеоблоглардан фойдаланиш жуда оммалашиб кетди. 2004 йилда Стив Гарфильд ўзининг видеоблогдан ташкил топган саҳифасини эълон қилиб мазкур йўналишнинг жонланишига сабаб бўлди. 2005 йилда Yahoo электрон контентининг илк видеожамланмалардан ташкил топган лойиҳасидан сўнг ушбу йўналиш чин маънода аудиториянинг қизиқишига сабаб бўлди. бугунги кунга келиб асосий видеоблоглар юкланувчи электрон контент сифатида You tube эътироф этилади. Сабаби мазкур видео порталга бир дақиқада 50 соатга яқин турли мавзудаги тасвирий видеолар юкланади.

Муаллифлик блогини исталган мутахассис ёки ҳаваскор фойдаланувчи ҳам юритиши мумкин. Унинг оммабоплиги

ва машҳурлиги мазкур саҳифадаги обуначиларнинг сонига боғлиқ. 2019 йилда T-series номли Ҳиндистон видеоканали жами 100 миллион обуначилари туфайли энг кўп овоз йиққан. Блогдаги саҳифалар “влог”лар деб аталади. Ҳудди онлайн сайт каби бир неча саҳифалар ва йўналишлардан ташкил топиши мумкин. Саҳифанинг оммабоплиги аъзолар сони ва ёзилган шарҳлар билан белгиланиб, унинг қуйидаги турлари мавжуд:

– **Видеоблог.** Муаллиф томонидан суратга олинadиган турли кўрсатув, шарҳ, монолог, онлайн трансляция, видеороликдан иборат. Муаллиф мавзуси ва йўналишидан келиб чиқиб жараён тасвирини истаган вақт оралитиғигача олиши мумкин.

– **Фотоблог.** Асосий эътибор фотосурталарни тасвирга олиш; муаллиф айнан ўз қаламига мансуб фотожамланмалардан фойдаланади (5-иловага қаранг)

– **Матн шаклидаги блоггинг.** Асосан матн кўринишидаги мақола, репортаж, жонли мулоқот тури.

– **Микроблог.** Турли эслатма, афоризмлар, хабарлари, қизиқарли интервью, инфографик тасвир ёки видео, аудиоёзувли суҳбатларнинг жамланмасидан ташкил топиб, бир неча муаллифнинг ижодига мансуб бўлиши мумкин.

Мультимедиавий видео жанрлар. Жанрларнинг видео, тасвир, интерактив видео сюжет, видео ракурс, видео очерк, видео шарҳ каби турлари мавжуд. Ушбу турдаги жанрларда асосан мақола мавзуси билан боғлиқ видео тасвир умумий гиперматнга қўшимча қилинади. Амалиётнинг моҳияти видео тасвирлар билан боғлиқ. Ҳар бирида жонли тасвир бўлиши шарт. Таъсирни ошириш мақсадида инсон омилига қўшимча турли инфографик элементлар, жонли телефон мулоқоти, овоз бериш, видео шарҳ ёки гувоҳларнинг оммавий видео намуналаридан фойдаланилади. Edition.cnn.com “More than 1000 videos” саҳифасида видеонинг турли жанрлардаги мисоллар мавжуд бўлиб, мазкур хабарлар тасмаси 24 соат давомида янгилашиб туради.

Видеоконференция ёки видеомост жанрида ахборот бир ёки бир неча муаллифлар томонидан жонли эфирда тўғридан-тўғри турли монтаж ва ишловларсиз узатилади.

Унда интерактив шарҳлар ёзиш, қўшимча фикр билдириш имкони мавжуд. Ушбу амалиёт анъанавий телевидение янгилик кўрсатувларида жуда кўп қўлланилган. Тармоқдаги видеоконференциянинг фарқи мазкур мавзуга доир янгилик ва видео хабарлар контенти мунтазам янгиланиб, шарҳ ва кузатувлар мониторинги амалга оширилади.

Мультимедиавий жанрларга мисоллар ва таҳлиллар

Манба номи	Видео манба-лар	Фото манба-лар	График элемент-лар (инфо-графика, карта, схема, диаграмма, жадвал)	Аудио ёзув-лар	Умумий элемент-лар сони	Қўлланилган жанрлар тури
Твиттер Репортаж						
twitter.com	87%	31%	15%	-	155	эссе, мақола, журналистик суриштирув
Онлайн кундалик						
Instagram.com	100%	100%	9%	54%	120	фотолавҳа, видеолавҳа, хабар, хат, шарҳ
Онлайн эслатма						
Facebook.com	56%	71%	58%	61%	1500-2000	таҳлилий-корреспонденция, таҳлилий-интервью, таҳлилий сўровнома, суҳбат, шарҳ
Янгиликлар мониторинги						
Facebook.com	47%	56%	82%	24%	500-700	эслатма, корреспонденция, ҳисобот
Муаллифлик блоги						
Instagram.com youtube	100%	90%	-	-	80-100	савол-жавоб, репортаж, мақола, журналистик суриштирув, хикоя
Видеоблог						
Instagram.com youtube	100%	-	-	-	50-70	репортаж, хикоя, суҳбат
Фотоблог						
Instagram.com twitter.com	-	100%	-	-	30-50	репортаж, хикоя, суҳбат, журналистик суриштирув
Матн шаклидаги блогнинг						
Facebook.com, vkontakte.com	-	-	85%	-	5000-7000	репортаж, хикоя, суҳбат, очерк, ижтимоий резюме, мониторинг, рейтинг натижалари
Микроблог						
Instagram.com	45%	42%	26%	34%	5000-7000	хикоя, суҳбат
Мультимедиавий шарҳла						

Instagram.com twitter.com vkontakte.com Facebook.com Irreccomend- ded.ru	100%	100%	100%	-	1200- 2000	шарх
---	------	------	------	---	---------------	------

Мультимедиавий шарҳда шарҳ+аудио, видео+элемент+графика+синхрон кузатув амалга оширилади. Бирор мавзуга бағишланган видеонинг тўлиқ шаклдаги тасвири. Гувоҳларнинг шарҳи ёки мавзу ғоясини очиб берувчи график элементлардан ташкил топади. Масалан, Irreccomendded.ru сайтида мультимедиавий шарҳ намуналарини кузатиш мумкин. Унда истеъмолчи маълум бир мавзуга бағишланган турли шаклдаги шарҳлар мавжуд.

Шарҳ. Интернет нашрларида юқори қизиқишларга сабаб бўлаётган **шарҳ** жанри ҳам таҳлилий йўналишда ёзилиб, унда маълумотлар кенг, батафсил ёритилади. Муаммо сабаби, ечим композицияси аниқ критериялар асосида тақдим этилади. Матн аниқ далил ва гувоҳларнинг воқе ҳақидаги баёноти билан берилиши шарт. Муаллиф шарҳда айнан ўзининг конкрет хулосасига кўра йўл тутати. Шарҳ бу ҳодисага тезкор жавоб, тўлиқ таҳлил талаб қилмайдиган таассуротдир. Суҳбат мавзуси янгилик сифатида эътироф этилиши ёки илгари тилга олинган муаммолардан бири бўлиши мумкин. Жанрнинг асосий доминанти бу маълум бир мавзуда муаллифнинг фикр юритишидир. Интернетдаги шарҳларнинг асосини муаллиф ўз матни орқали ғоявий прогностик баҳоловни тақдим этади. Прогноз муаллиф позициясидан келиб чиқади. “<https://www.xabar.uz>” сайтидаги (28.11.2019 18:58)–“Ўзбекистон ва ЕОИИ: муносабатлар, таҳлиллар, рақамлар...” мақоласини мисол қилиш мумкин. Муаллиф Фурқат Юнусов Ўзбекистондаги иқтисод, меҳнат ресурслари, бозор муносабатларига шарҳ ёзган. Мақолада чизикли диаграмма, интерактив жадвал ва таймлайндан унумли фойдаланилган.

“Ўзбекистонда нарх-наво қачон барқарор кўриниш олади? Марказий банк раисининг 6 саволга жавоби”– (26.11.2019 16:59) ҳам шарҳнинг яққол намунаси. Унда муаллиф банк кредит сиёсатини тўлиқ камраб олган. “Океан ортидаги

Ўзбек. АҚШда ҳам грантда ўқиш, ҳам ишлаб пул топишга имкон берувчи коллежлар бор” – шарҳида муаллиф Нурилло Тўхтасинов – интервьюдан унумли фойдаланган. “The Times” нашрининг онлайн форматида эълон қилинган (<https://www.thetimes.co.uk/>) “100 people who will decide the election” шарҳига ноанъавий усулда ёндашилган. Унда муаллиф қаҳрамонлар расмидан унумли фойдаланиб, уларнинг ҳар бирига шарҳ ёзиб чиққан. Буни биз гибрид жанр дейишимиз мумкин. Яъни мақола соф анъавий шарҳ жанри хусусиятларига кўра ёзилмаган. Kun.uz сайти ижодкорлари ҳам нашрдаги ахборотларда шарҳ жанридан унумли фойдаланган. Ана шундай ноанъавий ёндашувни xabar.uz сайтининг “Барчаси” рукнида кузатишимиз мумкин. Бунда сайт турли мавзудаги саволларга электрон нашр фойдаланувчилари ўзларининг шарҳларини ёзиб қолдирган. Буни тармоқда кенг тарқалган интерактив шарҳ жанрига ёрқин мисол сифатида келтириш мумкин. Масалан:

– Сўнгги воқеалардан кейинги ҳулосангиз: Сизнингча, Ўзбекистонда коррупцияга қарши ҳақиқий кураш бошландими? (25.02.2018) Жами 4867 та шарҳ. Ушбу шарҳни “1+∞” формуласига асосланган дейиш мумкин. Яна журналист “1” шахснинг чексиз “∞” оммага муружаати шаклида.

– “Сизнингча, юртимиздаги энг яхши уяли алоқа оператори қайси?” (12.02.2018) жами 3374 та шарҳ.

– “Ўзбекистонда амалга оширилаётган иқтисодий ислохотлар самара беришига ишонасизми?” 26.01.2018. жами 2123 та шарҳ⁵⁶.

– “Сизнингча, ўртача ойлик маоши қанча?” номли саволга фойдаланувчилар томонидан 19995 та шарҳ ёзилган (09.01.2018).

Шарҳнинг миллий журналистикамиз ва онлайн журналистикада кенг қўлланилаётган бир неча турлари мавжуд. Олим А. Нурматовнинг шарҳлаш журналистикаси

⁵⁶URL: <http://www.xabar.uz>

ўқув қўлланмасида қуйидагича тавсифланган ⁵⁷:

– Шарҳ (комментарий) – унда бошқа таҳлилий жанрлардан фаркли аудиторияга аллақачон маълум бўлган воқелик таҳлил қилиниб, унга нисбатан муносабат билдириш устун туради. Онлайн нашрлар ахборотига нисбатан ёзиладиган фикрлар ва шарҳларни мисол қилиш мумкин.

– Шарҳ (обозрение) – турли хил янги воқеа-ҳодисалар баёнидан ташкил топиб, унда ижтимоий муносабат билдириш, муайян воқеалар манзарасини акс эттириш шарт.

– Шарҳ (обзор) – алоҳида мавзудаги воқеликни тасвирлаш, ўрганиш, унга нисбатан хулоса берилиши билан фарқланади. Бунга матбуот шарҳларини мисол қилиш мумкин.

Қуйида берилган жадвалда унинг бошқа жанрлардан фарқли жиҳатлари берилган:

Шарҳлар тури	Шарҳ (обзор)	Шарҳ (обозрение)	Шарҳ (комментарий)
ОАВ тури Шарҳга мисоллар	Матбуот Бирор бир ахборот шарҳи	Матбуот, ТВ Футбол, халқаро, кундалик воқеалар шарҳи	интернет Кундалик янгиликлар шарҳи
Предмети	Юз берган воқеа-ҳолиса, мавзу	Муаммо, вазифа, хулоса	Маҳаллий, сиёсий, кундалик воқеалар
Мақсади ва вазифаси	Тушунтириш, изоҳлаш, муносабат билдириш	Предметни чуқур ўрганиш орқали хулосалар бериш	Воқеликни бир ёқлама (субъектив) тасвирлаш
Методлари	Такқослаш, талқин этиш, зиддиятли услубдан фойдаланиш, воқеалар панорамаси, тасаввур, делукция	Тадқиқ ва таҳлил, далиллаш, исботлаш	Гувоҳлар ва иштирокчилар ҳикояси
Ёритиш принцип-лари	Субъективлик, тезкорлик, фикрнинг таъсирчанлиги	Аниқлик, ҳолислик, танқидий муносабатнинг кенглиги	Фикр, таъсирчанлик, умумийлик, далилларни бўрттириб кўрсатиш
Сюжети	Воқеликдаги ҳудудавий яқин бадий-тасвирий воситалардан фойдаланиш	Воқеликда акс этган жараён	Умумий изоҳ
Тил хусусият-лари	Бадий-тасвирий воситалардан фойдаланиш	Турли мураккаб феъллар ва сўз ўхшатмаларидан фойдаланиш	Орттирма нисбат, бўрттириб кўрсатиш, сифатлаш, феълларнинг бўёқдорлик шакллари
Матн таркиби	Матн+фото	Матн+фото+видео	Асосан матн

⁵⁷Нурматов А., Тўхлиева Н. Шарҳлаш журналистикаси. “Bayoz” нашриёти. Т.: 2013. Б. 15-95.

Кейинги кенг тарқалган жанрларда *интервью* назарий жиҳатдан у ахборий ва таҳлилий турларига бўлинади. Бунда муаллиф воқеани баён этмайди. Аксинча, гувоҳларнинг тилидан ўқувчиларга холис ахборот беради. Асосий урғу сўзловчининг фикридаги далилларига қаратилади. Аксарият ҳолларда журналистлар сўзловчидан жараён хусусидаги янги фикрларни олиш мақсадида турли саволлар билан муурожаат қилиш ҳолатлари кўп кузатилади. Интервью технологиясига кўра, саволлар мавзуга асосланиб, журналист суҳбатдошини рағбатлантириб, ғоявий йўналтириб туради. Ахборот манбаи бўлган суҳбатдош матн баёноти яққаланиб қолмаслиги, мавзудан четга чиқмаслигини таъминлаши жуда муҳим. Муаллиф суҳбатдошининг жавоби орқали мавзу моҳиятини ёритиб беришга интилади. Масалан:

– Kun.uz сайтининг “Адолат СДП: таълим тизимида қандай ислохотларни амалга оширмоқчи” – интервьюсида муаллиф мавзуга тегишли бир неча шахслар билан суҳбатлашган. Интервьюда фото, видео манбаларидан унумли фойдаланилган. (03.12.2019) 3246 та онлайн шарҳ ёзилган.

– “The Times” сайтининг “Why tapping into people power is big business’s secret to success” – (Одамларнинг ҳокимиятга кириши бу катта бизнес сиридир) номли интервьюси анъанавий газета нашридаги суҳбатларга ўхшаш. Суҳбат кўпроқ моножанр-бир томонлама фикрлашувга ўхшаб, ахборот холислигига путур етган.

– Daryo.uz сайтининг “Ҳаммани тўлақонли ҳаётдан ҳаққи бор. Аутизмга йўлиққан болаларни ижтимоий ҳаётдан олиб кириш ҳақида” интервьюси мултимедиавий элементлар билан бойитилган. Муаллиф мавзу ғоясига мос инфографика, мониторинг сўровномалар ва фотосуратлардан унумли фойдаланган (28.10.2019). Жами 29358 интерактив кузатув ва шарҳлар, аммо мазкур касаллик билан оғриётган бирор-бир бемор аниқ объект сифатида танлаб олинмаган.

– Daryo.uz сайтининг “Оҳангаронда 53 ёшли пиёдани уриб, воқеа жойида қочиб кетган ҳайдовчи қидирилмоқда” – номли суҳбаатида гувоҳларнинг турли ракурсдаги суҳбати мавжуд.

Буни тармоқда кенг тарқалган интернетнинг субжанрига мисол қилиш мумкин. 03.12.2019. Жами 9062 нафар интерактив шарҳ ва қўшимча кроудсорсинг шаклида хабарлар мажмуидан иборат. Муаллиф воқеа жойини акс эттирувчи фото суратлар ёки гувоҳларнинг видео суҳбатини қўшмаганлиги боис хабар бироз ишончсизроқ таассурот уйғотади (3-иловага қаранг).

Онлайн нашрлар орасида репортаж жанри жуда оммабоп. Журналист асосан ўзи гувоҳ бўлган воқеликни турли тасвирловчи элементлар асосида ёритиб, ўқувчига ифодалашга интилади. Матнда ҳиссий сўз тасвирини бериш ўқувчида кўпроқ ушбу жараёнга бўлган қизиқишни уйғотиш мақсадида қилинади. Бош саҳифада эътиборни жалб қилишда турли далил, қўшилмаган фото-видео элементлардан фойдаланилади. Репортажда журналист “мен”и, ҳар бир муаллифнинг услубидаги ўзига хос бўёқдорлик, тасвир бўлиши шарт. Репортаж моҳиятан синтетик ўзгарувчан жанр бўлиб, унинг ***сюжети мураккаб композиция асосига қурилади.***

Dayo.uz сайтининг “Маҳаллий” рукнида “Тошкентда 540 нафар ногирон болаларга махсус аравачалар топширилди” (03.12.2019), “Ўзбекистон БААдаги маданий мерос фестивалида ўз миллий стенди билан катнашмоқда” (03.12.2019), “Ўзбекистон музейларида имконияти чекланганлар, кексалар ва болалар учун қулайликлар яратилди” (03.12.2019), “Сурхондарёда “Қизил китоб”га киритилган Бухоро бугуси маҳаллий аҳоли хонадонига кириб қолди” (03.12.2019), “Афсонавий Toyota йўлтанламаслари энди Ўзбекистонда! Тошкент шаҳридаги биринчи Toyota автосалони” (03.12.2019), “Наманганда электр таъминотида чекловлар тўхтатилди” (03.12.2019), “Жиззах вилоятида бир неча хонадонларни сув босди” (03.12.2019) каби репортажларини мисол қилиш мумкин. Репортаж анъанавий жанр қоидалари асосида ёзилган бўлиб, мультимедиавий элементлардан деярли фойдаланилмаган. “Kun.uz” нашрининг “Уйини сел ювиб кетган фуқороларга давлат ёрдами берилмайдими?” репортажида муаллиф Анвар Мустафокулов фото манбалардан кенг фойдаланган. Репортажда бир неча

жанрлар қоришуви, жумладан, интервьюни ҳам кузатишимиз мумкин (3-иловага қаранг).

Онлайн мақолалар маълум бир жараёндаги долзарб муаммоларни ёритишга, ечимини кутаётган воқеалар баёнига қаратилади. Мақолада таҳлилий ёндашув яхлит бир тизим (сиёсий, иқтисодий, ижтимоий, маиший)га бағишланади. Яъни, мамлакатдаги аниқ муаммо: сиёсий иқтисодий ривожланиш, бизнес, иқтисодиёт ва бошқа муаммоли ҳолатлар умумий ёндашувда аниқлаб берилади. Муаллиф мақолада муаммоли ҳолатни ёритиши, вазиятни холис баҳолаш, ечим сегменти, хулосанинг ўқувчига ҳавола этилишига эришиши керак. “Xabar.uz” сайтининг муаллифлик мақолаларидан қуйидагиларни келтириш мумкин:

– Анвар Намозов “Берлин-Оққўрғон” фильми – Бўлмағур саволларга ҳожат йўқ” (15.12.2018) мақоласи ахборот бериш мазмунида бўлиб, ҳеч қандай муаммо кўрсатилмаган. Муаллифнинг “Самарқанд ёшларига нима бўлди?” – мақоласида таҳлилий шаклга урғу берилган бўлиб, маданият соҳасидаги муаммолар ёритилган. Мақола мазмуни “муаммо+ечим” шаклида ёзилган. Яна бир “Муаллақ дарвеш... бир йилда нималар ўзгарди” номли мақоласида интервью, фото суратларни кузатишимиз мумкин. Kun.uz сайтининг “Жамият” рукнида “Жанубий Кореядаги ватандошлар билиши керак бўлган 10 та тавсия” номли мақолани ёзишда муаллиф Элдор Воҳидов фото сюжетлар, суҳбат матнларидан кенг фойдаланган.

Онлайн корреспонденция асосан бирор-бир воқеликни тасвирлаш, жараён ҳақидаги фикр ва баёнот, қолаверса, муаллифнинг прогнозлаш элементларини ҳам қамраб олади. Аксари интернет нашрлари корреспонденциядан воқеликка оид кенгроқ мазмунда ахборот беришда фойдаланилади. Kun.uz сайтидаги корреспонденция намуналарига мисол:

– “Ўзбекистон” – рукни – “Тошкент вилояти ободонлаштириш бош бошқармаси ташкил этилди” фото ва матн элементидан ташкил топган.

– “Жамият” – Қozoғистонда яна бир автобус ЙТХга учради.

Ҳалок бўлганлар орасида ўзбекистонлик фуқоролар йўқ. Матн мазмуни жуда жўн бўлиб яни визуаллаштириш усулларида умуман фойдаланилмаган.

– “Ўзбекистон” – “2020 йилда Ўзбекистонда қанча янги иш ўринлари ташкил этилиши очиқланди” – таҳлилий усулдан фойдаланиб, муаллиф матнда прогнозлаш усулларида кенг фойдаланган.

– “Ўзбекистон” саҳифаси “Ўзбекистонда ишлаб чиқарилган пахта териш машиналари хорижникидан икки баробар арзон, терим сифати ҳам яхши”-корреспонденцияси мультимедиа элементлари билан бойитилмаган.

Хат жанри интернет контекстида энг кўп учрайдиган мономатнлар турига киради. Ушбу жанр журналист ва ўқувчи ўртасида ўзаро самарали таъсир қилиш усули сифатида ижтимоий тармоқларда амалда кенг қўлланилмоқда. Онлайн нашрларда фойдаланилаётган ҳар қандай жанрнинг асоси янгиликларни етказиш ва кўпроқ ўқувчи қамровини эгаллашга қаратилган. Интернет жанрлари унинг техник омиллари билан боғлиқ⁵⁸. Яъни коммуникациядаги сифат, техник таъминот, турли дастурий омиллар электрон жанрларни келиб чиқишига замин яратди.

Хулоса қилиб айтганда интернет ўзидан олдинги уч оммавий ахборот воситаларининг вазифалари ва хусусиятларини қамраб олгани боис, унда кўп ёқламали курама мослашувчанлик мавжуд. Айнан мана шу хусусият туфайли интернетдаги ахборотлар ҳам турли жанрларда таснифланиб, мослашиб бормоқда. Биргина анънавий хусусиятга эга бўлган соф интернет жанрини топиш жуда мушкул. Бунда мазкур жанрнинг бир неча хусусиятларга тўқнаш келганининг гувоҳи бўламиз.

⁵⁸A genre-aware approach to online journalism education. Yang Song Angel Lin. URL: <http://www.reader.elsevier.com>

3.2. Онлайн жанрларнинг шаклланишида медиаконвергенция омили

1996 йилда Стивен Леви ўз илмий қарашларига кўра, интернет ҳақида қуйидаги "...маълум бир давр ўтиб интернет тармоғи, телефон алоқасининг, кўнгилочар ахборот воситалари (ТВ, радио)нинг ҳамда турли хизмат кўрсатиш шакллариининг ўрнини тўлиқ боса оладиган коммуникация майдонига айланади"⁵⁹ прогностни айтиб ўтган эди. Ҳақиқатда олимнинг фикрлари вақт ўтиб ўзининг амалий исботини топди. Бугунги жамият ўз ҳаётини интернет коммуникация воситасисиз асло тасаввур қила олмайди. Ушбу шаклда барчанинг бир вақтда бир нуқтада жамланиши ва кибер жамиятга айланиши хусусида 1962 йилда машҳур канадалик файласуф Маршал Маклюен ҳам назарий бир қатор ғояларни айтиб ўтган эди. Дарҳақиқат алоқа воситаси сифатида яратилган интернет трансформацияга учраб, интеграллашиб турли форматларда мукаммал воситага айланди. Унинг кенг қамровли таъсири бевосита барча соҳаларда сезиларли даражада ўзгаришларга сабаб бўлди. масалан журналистикани олайлик. Интернет глобал тармоғининг асосий хусусиятлари ва имкониятлари қуйидагиларда кўринади:

1. Долзарблик. Онлайн нашрларда материалларни тайёрлаш ва чоп қилиш анъанавий нашрлардаги жараёндан анча тез амалга ошади. Мақолаларни версткалаш, таҳрирлаш ва чоп қилиш биргина чоп қилиш орқали амалга оширилади;

2. Энциклопедик. Тармоқ ўзининг беҳисоб маълумотлар базаси туфайли тақдим этилаётган манбаларнинг барчаси архивда жамланади. Фойдаланувчи исталган маълумотни бемалол топиб олиши, электрон нашрларнинг архив манбалари мавжуд имкониятдан далолат беради;

3. Маълумоларни рангба-ранг шаклда тақдим қилиш. Интернетдаги турли дастурлар ва форматларнинг таъсирида матн-видео, овоз, видеосюжет, анимация ва графикалар билан бойитилади. Бу мавжуд манбаларнинг янада таъсирчанлигини оширишга хизмат қилади.

⁵⁹Levy, St. Breathing is also addictive // Newsweek 128 (30 December), 1996. P. 52-53.

Онлайн журналистиканинг ўзига хос жиҳатларидан бири бу кўп қиррали вазифаларни қамраб олиши билан аҳамиятли. У ўздан олдинги уч восита матбуот, радио, телевидениянинг вазифаларининг бирлаштиради, мукаммал ҳолатда кузатувчига тақдим қилади. Бир вақтнинг ўзида мазкур йўналишда нафақат кузатувчи балки иштирокчи вазифасида ҳам бўлиш мумкин. Яъни фойдаланувчилар ўз фикри ва маълумотларини жонли эфирда тўғридан-тўғри тақдим эта оладилар. Агар дунёнинг машҳур оммавий ахборот воситалари, ахборот агентликларини кузатадиган бўлсак, улар кўп томонлама турли вазифаларни бажаришмоқда. Улар нафақат ахборот берувчи балки кўнгилочар медиа майдон, маълум бир ахлоқий кадриятларни тарғиб қилувчи киберборликқа айланиб улгурган.

Интернет журналистика бугунги кунда онлайн журналистика атамаси билан юритилиб у турли ихтиролар ва кашфиётлар натижасида ўзгариб, трансформацияга учраб борди. Айнан бугунги давр тенденцияси сифатида мазкур ахборот майдонидаги асосий икки вазифани алоҳида ажратиб ўтиш мумкин:

1. Глобал ахборот майдонининг ташкил қилиниши орқали барча фойдаланувчи (мутахассис, журналист, кузатувчи, аудитория)ни бир қатламда жамлай олди;

2. Ахборот борасидаги чекловларга бутулай барҳам берилди. (ахборот узатиш, тарқатиш борасидаги барча оралик масофа, цензура, ташкилий-иқтисодий муаммолар назарда тутилмоқда).

Қолаверса, тармоқдаги гипертекстуаллик журналистга мавжуд мавзуда теран ва мукаммал ахборот яратиш имкониятини тақдим қилмоқда. Яна бир жиҳати, интернетнинг дуал характериға биноан у фойдаланувчи ва ахборот тарқатувчи ўртасида диалог ҳамда интегратив ҳоссани юзага келтирган.

Ўтказилган турли тадқиқотлар натижасида⁶⁰ маълум бўлдики интернетда фаол қўлланилаётган жанрларнинг самарадорлиги анъанавий жанрлар туридан тубдан фарқ қилади. Сабаби барча ОАВдаги жанрлар моновазифага ихтисослашиб асосан бир йўналишда тарғиб қилинади. Эндиликда айнан мана шу моновазифага ихтисослашган ахборот воситаларига янгича руҳда қайта эврилди. Босма шаклда мавжуд газеталар тилга кириб аудиоподкаст ва видео эфирларга бойиди. Бир ҳудудда мавжуд ва тарқалиш майдони чекланган босма нашрларни глобал миқёсда электрон шаклда ўқиш ва танишиш имконияти туғилди. Яъни газета тажриба таъсирида нутқ сўзламоқда, омманинг қизгин бахс-муноазара майдонига айланди.

Анъанавий журналистика назариясига кўра жанрлар маълум бир ахборот воситасининг вазифасига ихтисослашиб, айнан ундаги хусусиятларни қамраб олади ва бойитади.

Интернетда мавжуд жанрлар классификацияси ва таснифи қандай? Табиийки интернет ўзидан олдинги яратилган оммавий ахборот воситаларининг барча жанрларини узвий равишда қамраб олган. Аммо онлайн тармоқ жанрлари мунтазам ўзгаришларга учраб, янгиланиб боради. Онлайн нашрлардаги матн барқарор хусусиятга эга эмас. Сабаби бир матнда турли жанрлар қоришувини тез-тез учратиш мумкин. Шу сабабли онлайн тармоқдаги жанрлар ўз навбатида гибрид,

⁶⁰ 1. Печатные и электронные СМИ: от конфронтации к цифровому партнерству // Медиафорум «Енисей. рф». URL: <http://mediaforum.krskstate.ru/events/0/news/62463> (дата обращения: 15.02.2012). 2. Калмыков А.А., Коханова Л.А. Интернет-журналистика. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. 383 с. URL: http://www.evartist.narod.ru/text16/025.htm_ftn1 (дата обращения: 15.02.2012). 3. Кликни книжку // Ведомости. URL: <http://www.vedomosti.ru/newspaper/article.shtml?2006/08/18/111223> (дата обращения: 20.02.2012). 4. Олешко В.Ф. Моделирование в журналистике. Екатеринбург: Изд-во УрГУ, 2000. 192 с. 5. Васильева Л.А. Делаем новости! М.: Аспект-Пресс, 2002. 188 с. URL: <http://evartist.narod.ru/text5/26.htm> (дата обращения: 20.02.2012). 6. Русакова О.Ф. Основные разновидности современных теорий политического дискурса: опыт классификаций // Журнал ПОЛИТЕКС. Политическая экспертиза. URL: <http://www.politex.info/content/view/267/30/> (дата обращения: 02.2012). 7. Михалева О.Л. Дискурс как объект исследования // Кафедра русского языка и общего языкознания факультета филологии и журналистики Иркутского государственного университета. URL: <http://www.ruslang.com/education/>

синтетик, трансформация ҳолатларида мунтазам қайта таснифланади. Юқорида айтилган далилларни умумлаштириб хулоса қилиш мумкинки тармоқ журналистикаси анаъанавий журналистиканинг барча асосий қонунларига бўйсунди: долзарблик, самарадорлик, ва “Нима”, “Қачон”, “қаерда” сингари саволларга жавоб беради. Онлайн нашрларнинг газета, телевидения, радио жанрларидан ажратиб турадиган асосий хусусиятлари у энг сўнги техник воситалар орқали нояб имкониятлар ёрдамида ахборотни кўп қиррали курама маълумот шаклига олиб чиқади. Ушбу хусусиятлар тармоқнинг конвергенция ҳоссаси орқали амалга ошган.

Онлайн тармоқда ижод қилувчи муаллиф айнан битта жанрга мурожаат этмайди. Баъзан мақола бир қанча кичик жанрлар парчасидан таркиби топиши, ёки яхлит жанр таркибида бир қанча мустақил жанрларни қамраб олиши мумкин. Воқеалик саёҳат баён шаклида ифода қилиниб, сўнги нуқтада яна қайта бошланиши мумкин. Масалан, лонгрид жанрини олсак. Ушбу жанр хусусиятига кўра бир неча турли жанрлар ифодасидан ташкил топиши мумкин. Жанр қурилмасига кўра асосан матн ёки шарҳ шаклида бошланиб, фото, видео манбалар, аудио ёзувлар қўшиб борилади. Мақола сўнгида агар бирор бир қўшимча қизгин маълумот қўшилса унда мазмунан мақола яна давом этиши мумкин. Шу тарзда муаллиф курама хусусиятли тармоқ имкониятларига кўра ёрқин ижодий намуналар ярата олади.

ХУЛОСА

Журналистика (матбуот, радио, телевидение) соҳаси асрлар давомида ўзининг бекиёс тажрибасини техник кашфиётларнинг инновацион ҳосиласи сифатида оммавий коммуникацияга мос равишда такомиллашиб, қайта янгиланиб, ўзининг ички таркибини мукаммалаштириб борди. Конвергенция ҳолатида ҳам ахборот воситалардаги жанрлар ўзаро қоришиб, конвергент нашрларнинг ишлаш алгоритми – медиа хусусиятларини жамлаб, ўзининг мукаммал шаклига келди. Глобал жараён сифатида медиаконвергенцияни шартли равишда ахборот ва компьютер инқилоби шароитида ахборот воситалардаги ўзаро таъсирнинг замонавий шакли, яъни, интернетлашуви дейиш мумкин. Журналистиканинг илк ибтидоси бўлган коммуникация инсонлар ўртасидаги доимий алоқа муносабатини англатади. “Ибтидодий одамларнинг ўзаро ахборот алмашинуви турли белги, хатти-ҳаракатлар, имо-ишоралар ёрдамида ифодаланган. Минглаб йиллар давомида илк ибтидодий одамларнинг меҳнати ва ўзаро мулоқоти натижасида нутқ – тил вужудга келган.

Ушбу монографияда биз журналистик жанр таркибининг турли технологик омиллар остида шаклланиши, ўзгариши ва таркибининг қай даражада ривожланишини кўрдик. Мавзунини ўрганиш жараёнида анъанавий ҳамда онлайн нашрларнинг қиёсий таҳлили қилинди. Қолаверса, онлайн жанрлар тури, таркиби, ривожланиш омиллари ва бугунги кундаги замонавий тенденциялари ҳам чуқур таҳлил қилишгааракат қилинди. Мазкур таҳлиллар турли мисоллар асосида онлайн нашрларда тақдим этилган мақолалардан мисоллар олинди. Юқоридаги таҳлиллар ва қиёсий ўрганишлар натижасида қуйидаги хулосалар олинди:

1. Мультимедиавий жанрлар конвергенциянинг ахборот воситаларини янги технологик воситаларга мослаштирилган асосий бир ходисасидир. Мазкур ҳолатда медиамаҳсулотлар интеграцияси юз бермоқда. Бу анъанавий ОАВларининг ахборот тарқатиш усуллари тармоқ форматлари билан бирлаштириб, мукаммал хусусиятларга эга гиперматнга асос бўлди;

2. Ахборот жанрларида мультимедиавий жанрлардаги синтетик шакл хусусиятни қўллаш. Бу бир матнда ҳам ижобий, ҳам салбий бўёқдорлик, қарама-қарши фикрлар, ғоялар умумлашмасидан фойдаланиш. Жумладан, мақолани турли жанр бирликлари билан бойитиш – интервью, репортаж, ҳисоботлар, интерфаол шарҳ ёзишмаларни киритиш мумкин. Яъни, матн ҳам визуал маълумотларнинг синтетизм қоришувидан яхлит мукаммал ҳолатига келади. Ушбу жараёнда жанрларнинг мураккаб палитраси мураккаб шакл ва матн ҳосил қилишни назарда тутди;

3. Тақдим этилаётган матнларда тил ва услубнинг динамик синхронлик хусусиятига эътибор қаратиш. Бугунги кунга келиб, аҳолининг катта қисми тармоқда тақдим этилаётган янгиликларни қизиқиш билан ўқийди. У хоҳ ахборот сайти, таҳлилий веб контент ёки ижтимоий тармоқ бўлишидан қатъий назар, анъанавий матбуотдан кўра, онлайн нашр ўз ўқувчилари эътиборига тезроқ эришмоқда. Статистик манбаларга кўра, (<http://uz.infocom.uz/>) фойдаланувчилар сони 20 миллиондан ошгани қайд этилмоқда. Шу боисдан юртимизда фаолият юритаётган ахборот сайтлари манбалари, жумладан, эълон қилинаётган матнлар динамикасини ошириш яъни услубнинг мукамаллиги, халқоналиги бир хил зерикарли “ғишт” қолиплардан қочиш мақсадга мувофиқ;

4. Доимий янгиланиш хусусияти. Контент таркибини тез-тез янгилаб туриш; долзарб хабарларни асосий саҳифага чиқариш орқали диққатни тортиш ҳамда маълумотлар ривожини доимий янгилаб туриш назарда тутилмоқда. Турли хорижий (rianovosty.ru, newsru.com, sostav.ru, vesti.ru) онлайн нашрлар ҳар 3, 5, 10 дақиқада янгиланиб, турли маълумотлар билан бойитилади. Сайтнинг асосий ахборот контентигаги таркиб “янгиликлар” ёки “хабарлар” рукни қўшимча таҳлилий шарҳлар ва аудио, видео материаллар билан бойитилганини кузатиш мумкин;

5. Мультимедиа элементларига бойитиш; “рақамли тенгсизлик” асрида аудитория эътиборини қозониш учун кескин курашлар давом этаётган бир даврда ҳар бир

маълумот унинг тарқатувчиси учун ўта муҳим. Бу эса ўз навбатида тарқатилаётган янгиликларнинг аниқ, тушунарли тарзда етказиб беришни назарда тутди. Матннинг ўрнига инфографика, лонгрид, таймлайн, сториймэпс, сторийтаймкаби жанрлардан фойдаланиш мазкур хабарнинг харидоргирлиги, оммабоплигини ошириши ҳақида жуда кўп таъкидланди. Шунингдек, оддий матнни гиперҳавола элементлари, интерактивлик ва турли фото, видеосюжетларга бойитиш унинг хилма-хил таркибини янада мукамаллашувига олиб келади;

6. Анаънавий ахборот матнларини мультимедиавий жанрлар билан шакллантириш анънаси. Масалан, матн+видео ёки матн+аудио ёзув ҳамда фототасвирлар. Бунда ўқувчида янгиликлар билан танишишда мақоладаги бир хилликдан тез зерикиб қолмайди. Янги турдаги мультимедиа, гибрид ва субжанрлар уйғунлигидан самарали фойдаланиш; сайтлардаги ахборот асосан матн шаклида бўлгани боис, у аҳоли оридаги тарғиботи кескин камаяди. Бу мазкур сайтнинг умумий ривожланиш тенденциясига ўз таъсири кўрсатади. Ушбу ҳолатни бартараф этиш мақсадида онлайн нашрларда кенг урфга кираётган турли жанрларнинг қурама формати ва шаклидан унумли фойдаланиш лозим.

Журналистика соҳаси турли техник таъминот дастурий воситалар туфайли ўзгариб, универсаллашиб, мукамаллашиб бормоқда. Соҳанинг таркиби, ахборот узатиш омиллари ҳам ўзгарди. Унда фаолият юритувчилар журналистлар ҳам транспрофессионал даражада ўзгариб, фаолият соҳаси ва узатиш усуллари ҳам кенгайди. Журналистнинг рақамли даврдаги ижодий фаолияти аввалги даври нисбатан тараққиётнинг таъсири туфайли кескин ўзгарди. Ушбу тараққиётнинг асосий ўзига хос хусусияти бу ривожланиш тенденциясининг бир текисда тараққий топмаслигидадир. Ушбу хусусиятларга боғлиқ бизни замонавий журналистика динамика ва синергетика қонунларига мувофиқ равишда ўз имкониятларини кенгайтириб бормоқда. Рақамли аср журналистнинг жамиятдаги роли ошириб бу соҳа билан аслида

оддий фойдаланувчи ҳам иштирок эта олиш босқичига олиб чиқди. Яъни мазкур жараёнда медиаконвергенция ҳолатида ижодий тамойиллар ривожланиб борган.

Сўнги йилларда амалга оширилган техник кашфиётларнинг жорийланиши барча соҳаларда эволюцион янги ривожланиш босқичига сабаб бўлди. Жумладан, журналистика соҳасида юзага келган оммавий ахборот воситаларининг конвергенцияси амалда мавжуд форматлар ва жанрларнинг ўзаро бирлашиб, интегратив фаолият юритиши, яъни, яхлит мултимедиавий контентига замин яратди. Замонавий журналистиканинг ижодий фаолияти тубдан ўзгарди. Анъанавий ахборотни йиғиш ва тарқатиш усули кўпроқ тарғиб қилиш ва эътиборни жалб қилиш моделига ўзгарди. Бир қанча вазифаларни жамловчи медиаплатформалардаги ОАВ интеграцияси маълумотларни формат, жанр ва турли мукамал дастурларда тақдим қилиш имкониятини яратди. Яъни медиамаҳсулотларнинг таркибий интенцияси ўзгарди; битта онлайн нашр доирасида турли шакл ва форматлар (матн, видео, аудио, фото)нинг умум контентдаги яхлитлигига эришилди. Хулоса қилиб айтганда, замонавий журналистика фаолият концепцияси асоси янгиланди. Шундан келиб чиқадики журналистика техник таъсир натижасида унинг генетик эволюциясига янгиликлар касб этди. Ушбу касбий янгиликни биз ижодкорлик соҳасида, ўзгаришлар соҳасида, жанрлар йўналишида назарий-илмий ўзгаришларга сабаб бўлди.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

Норматив-ҳуқуқий ҳужжатлар ва методологик аҳамиятга эга нашрлар

1. Ўзбекистон Республикасининг Конституцияси. – Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами, 2017 й., 14-сон, 213-модда, 22-сон, 406-модда.

2. Ўзбекистон Республикасининг “Ахборот эркинлиги таъминлари ва қарорлари тўғрисида”ги Қонуни (12.12.2002 й. № 439-ІІ).

3. Ўзбекистон Республикасининг “Оммавий ахборот воситалари тўғрисида”ги Қонуни. (26.12.1997 й. www.lex.uz).

4. Ўзбекистон Республикасининг “Журналистлик фаолиятини ҳимоя қилиш тўғрисида”ги Қонуни, 1997 й.

5. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ахборот-коммуникация технологияларини янада ривожлантиришга оид бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги қарори (08.07.2005 й. № ПҚ-117).

6. Интернет тармоғида Ўзбекистон Республикасининг Ҳукумат портали тўғрисида Низом (Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 17.12.2007 йилдаги 259-сонли қарорига 1-илова)

7. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг “Ахборотлаштириш соҳасида норматив-ҳуқуқий базани такомиллаштириш тўғрисида”ги қарори (22.11.2005 й. № 256);

8. Ўзбекистон Республикасининг “Оммавий ахборот воситаларини давлат томонидан қўллаб-қувватлаш қарорлари тўғрисида”ги Қонуни. Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами/ Собрание законодательства Республики Узбекистан 2(377)-сон, 2009 йил 12 декабрь, Б.64

9. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар Стратегияси тўғрисида”ги ПФ-4947-сон Фармони. – Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами, 2017 й., 5-сон, 70-модда.

10. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг “Интернет тармоғида Ўзбекистон Республикасининг Ҳукумат

порталига ахборотларни тақдим этиш ва жойлаштириш тартиби тўғрисида”ги қарори (21.04.2009 й. № 116).

Илмий адабиётлар

11. Амзин А, Галустян А., Гатов В., Кастельс М., Кульчицкая Д., Лосева Н., Паркс М., Паранько С., Силантьева О. под науч. ред. Балмаевой С. и Лукиной М.. — Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. — С. 304

12. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования М.: Academia, 2004 . С. 944.

13. Балагушкин. Е., Белл Д. // Культурология. Энциклопедия. В 2-х т. / Гл. ред. и авт. проекта С. Я. Левит. — М.: Российская политическая энциклопедия., 2007 г. — Т. 1. — С. 170. — 1392.

14. Бабасов Е., Бернштейн. В. Технологический детерменизм. Гуманитарная энциклопедия. (Электронный ресурс) 2002-2018. <https://gtmarket.ru>

15. Бжезинский З., Хантингтон С. Политические системы: США и СССР: сходство и различия, конвергенция или эволюция. Вып. 2 / пер. с англ. — М.: Прогресс, 1965 г. — 272 с.

16. Винер Н. Кибернетика, или управление и связь в животном и машине. 1948-1961. - 2-е издание. - М.: Наука; Главная редакция изданий для зарубежных стран, 1983. С. 344

17. Девид Рендалл. Универсальный журналист. СПб 1999., Национальный Институт прессы, 2000. С. 120.

18. Дедюлина М. Цифровое неравенство: философское осмысление ISSN 2308-8079. Studia Humanitatis. 2017. № 2. www.st-hum.ru

19. Засурский И. Интернет и интерактивные электронные медиа. М., 2007. С. 137.

20. Иванов Вяч. Избранные труды по семиотике и истории культуры. Том VII. Книга-2. Москва. Знак-2010. Вторая статья по теории фонетических конвергенции // — С. 494.

21. Качкаева А. Журналистика и конвергенция: Почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные. М.: Аспект Пресс. 2010 г. С. 200.

22. Калмыков А., Коханов А. Интернет журналистика. Л.А. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. С. 383.
23. Кастельс М.. Галактика интернет. Издательство “У-Фактория”. Екатеринбург. 2004 г. С. 324.
24. Коровин В. Третья мировая сетевая война. Санкт-Петербург -2014 г. 130 с. 47 стр. ISBN: 978-5-496-01131-0
25. Козьмина В. Основы этнографии: учеб. Пособие для СПО/–М.: Издательство Юрайт, 2019 г.– С. 243 <https://books.google.co.uz/>
26. Ким. М., Пак Е., Жанры печатных и электронных СМИ. Учебник для вузов. СПб.:Питер.,С.448. <https://books.google.co.uk/>
27. Лозовский Б. Журналистика и средства массовой информации : крат, словарь. — Изд. Екатеринбург : Урал. гос. ун-т, 2007. С. 306
28. Максим А., Литвин Е. Словарь язык интернета. АСТ-Пресс, 2017 г. С. 288.
29. Машкова Г. Интернет-журналистика : учебное пособие /– Тамбов : Изд-во тамб. гос. техн. ун-та, 2006. – С. 80
30. Олешко Е. Конвергентная журналистика : Профессиональная культура субъектов информационной деятельности : [учеб. пособие] М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2015. С.128.
31. Протопопова В. Медиакомпетентность современного педагога // Высшее гуманитарное образование XXI века: проблемы и перспективы: В 2-х т. Т. 1. Педагогика. Психология. – Самара: ПГСГА, 2009. – С. 288.
32. Розенберг Н., Егорова Е., Шпаковский В.. «Интернет-журналистика и интернет-реклама» «Инфра-Инженерия», 2018 г. УДК 070.1:004.738.5(075) С. 43.
33. Уланова М.А., Интернет-журналистика: Практическое руководство / Уланова М.А. - М. : Аспект Пресс, 2017. С. 238.
34. Федоров А. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. Таганрог: Изд-во Таганрог. гос. пед. ин-та, 2010. С. 64.

35. Қосимова Н. Интернет журналистика асослари. Ўқув қўлланма. Тошкент 2007 й. Б. 95.

36. Қосимова Н. Интернет нодавлат нотижорат ташкилотлари фаолиятида. Ўқув-амалий қўлланма. Турон-Матбаа. Тошкент 2016 й. 120 б.

37. Фрэнк У. Теории информационного общества / Фрэнк Уэбстер; Пер. с англ. Арапова М., Малыхиной Н. Под. ред. Вартаковой Е.— М.: Аспект Пресс, 2004.—С. 400

38. Шестеркина Л. и др. Журналистское образование в условиях конвергенции СМИ: Монография. Под ред. Челябинск: РЕКПОЛ, 2012. С. 46.

Хорижий илмий адабиётлар

39. Bell D. The End of Ideology. On the Exhaustion of Political Ideas in the Fifties. Cambridge (Ma.), 1960. P. 403.

40. D. Visual Storytelling in the Age of Post-Industrial Journalism. 2013. P. 35. 4. Колесниченко А. В. Практическая журналистика. М., 2008. С. 31. Grabowicz P., Hernandez R., Rue J. Taxonomy of digital story packages. URL: <http://multimedia>.

41. Marcel Danesi. Dictionary of Media and Communications. Library of Congress Cataloging-in-Publication Data. Print. USA. 2009 y. P.192

42. Noab Iliinsky& Jilie Steele. Designing data Visualizations. Published by O'Reilly Media, Inc., 1005 Gravenstein Highway North, Sebastopol, CA 95472. Printed in the United States of America 2011. P.110.

43. Steven Heller & Rick Landers. Infographic designers' sketchbook. Hardcover, architechtual press,. Pub.2014. 351 p. 54 p.

44. STEENSEN STEEN (2009c) "Online Feature Journalism: A Clash of discourses", Journalism Practice 3, P. 29.

45. Turing, A. (1950). Com.puting machinery and intelligence. Mind, 59 (236), pp. 433–460. Reprinted in Hofstadter, D., and Dennett, D. C., eds., The Mind's I (New York:Basic Books, 1981), P. 67

46. Walt Whitman Rostow, Theorists of Economic Growth from

David Hume to the Present, 1990. 712 page. <https://www.google.com>

Илмий амалий конференциялар тўплами

47. Вебер В., Портфолио медиаграмотности // Информатика и образование. 2002. № 1 / http://www.infojournal.ru/journal_archiv/2002/2. Мантуленко В.В. Образовательные возможности новых медиа // Актуальные проблемы воспитания и образования: Выпуск 5. Сборник научных статей / Под. ред. М.Д. Горячева. Самара: Изд-во «Самарский университет», 2005. С. 86.

48. Горощко Е., Чирикающий жанр 2.0 Твиттер, или что нового появилось в виртуальном жанроведении // Вестник Тверского государственного университета. 2011. № 3 (Филология). С. 20.

49. Г. Мельник.цифровая журналистика: контруктивные и деструктивные факторы развития. Онлайн журналистиканинг долзарб масалалари халқаро конф. Тўплами. Тошкент 2018. 128 б.

50. Кихтан В., Образовательные проекты в сети Интернета для журналистов // Вестник Поморского университета. Серия «Гуманитарная и социальная наука». – 2009. – № С. 9.

51. Медиаобразование. 2017. № 1. Журнал истории, теории и практики медиапедагогики. Медиаобразовательные перспективы рефлексивно-позиционного развития личности и способностей учащихся. Н.Б.Ковалева.

52. Мўминов Ф., Онлайн журналистикаси кеча ва бугун. Конференция тўплами. Тошкент 2018. 187 б.

53. Н. Муратова. Визуальные коммуникации в журналистике и ПР: понятие, особенности, функции, законы эффективности. Онлайн журналистикаси кеча ва бугун. Илмий конференция тўплами. Тошкент 2018. Б.187

Интернет сайтлари

- 54. <https://zamin.uz>
- 55. <https://m.kun.uz>
- 56. <https://daryo.uz>
- 57. <https://xabar.uz>
- 58. <https://ria.ru>

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

МАДИБОНУ НУРУТДИНОВА

МУЛЬТИМЕДИАВИЙ ЖАНРЛАР ТАСНИФИ

(Монография)

«TAMADDUN» нашриёти
Нашриёт лицензияси AI №247, 02.10.2013

Муҳаррир: Ҳ.Зокирова
Саҳифаловчи: А. Тўраев

Босишга ~~2021-йил 26-мартда~~ рухсат этилди.
Бичими 84x108 ¹/₃₂ RISO босма усули.
Шартли б.т ~~15~~ ~~Нашр таъриф 14,5~~. Адади 100 нусха.
Буюртма ~~№7~~

«ELNUR-PRINT» МЧЖ босмахонасида чоп этилди.
Манзил: Тошкент ш. Шайхонтоҳур т. Навоий кўчаси, 30-уй.