



## Matnlarni saytga joylashtirishning o‘ziga xos shakllari va ularning psixologik ta’siri

*Ibrohimova Aziza Tohirovna*

*O‘zbekiston jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar universiteti*

*Bosma OAV jurnalistikasi yo‘nalishi*

*4-bosqich talabasi*

**Annotatsiya:** *Biron sayt tashkil qilishda birinchi navbatda uning dizayn-konsepsiyasini, ya’ni bosh sahifaning va ichki sahifalarning grafik bezalishini qog‘ozga chiqarilgan holatda tasdiqlanadi. Demak, saytning mavjudligi uning dizayni bilan bog‘liq masala hisoblanadi. Agarda bajaruvchi tomonidan taqdim etilgan sayt dizayni buyurtmachining talabini qondirsa, uni taqdim etilgan kundan boshlab 5 ish kuni davomida tasdiqlaydi. Agarda qo‘yilgan talablarga javob bermasa, Buyurtmachi qo‘shimcha o‘z talablarini Bajaruvchiga taqdim etadi. Barcha qo‘shimchalar saytning dasturiy modullari bilan parallel ravishda bajariladi. Dizayn-konsepsiya qabul qilinganidan so‘ng kiritiladigan o‘zgartirishlar ikki tomon kelishuviga asosan amalga oshiriladi.*

**Kalit so‘zlar:** *Psixologik ta’sir, dizayn-konsepsiya, elektron nashr.*

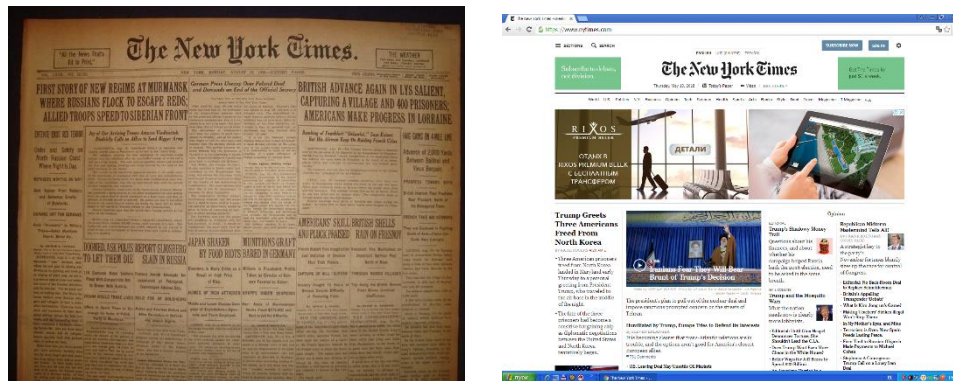
Mutaxassislarning aniqlashlaricha, o‘quvchi biror saytni 2 daqiqadan ortiq kuzatsa, u qiziqarli ma’lumot tuhfa etayotgan bo‘ladi. Bugun internet olamidagi shunday axborot manbalari borki, o‘quvchi bir mavzuni qidirayotib yana o‘nga yaqin ma’lumotlarga qiziqib qoladi va bu orqali u, shubhasiz, soatlab vaqtini ana shu sayt kuzatuviga sarflaydi. Yana shunisi ham muhimki, bugun matn aynan saytdagi dizayni va rangi bilan ham ahamiyatlidir.



Saytdan foydalanuvchi uning tez ochilishi, unda qiziqarli ma'lumotlarning mavjudligi, teskari aloqa qilish imkoniyati borligi va eng asosiysi sayt ma'lumot qidiruv uchun qulay hamda dizaynining bejirimligi, ranglar tashkilot obrazini yaratishga xizmat qilishiga ko'ra unga baho beradi. Sayt kuzatuvchilariga bepul berish mumkin bo'lgan turli mayda narsalarni taqdim etish esa auditoriya sonini yanada oshiradi va bu holat PR usullardan hisoblanadi.

Sayt dizayni deganda, avvalo, undagi ranglarga ahamiyat beriladi. Elektron nashr saytida OAV faoliyatiga mos ranglar ishlatilishi lozim. Foydalanuvchi birinchi sahifadanoq asosiy bo'limlarga kirish imkoniga ega bo'lishi kerak. Va albatta, birinchi sahifada katta hajmdagi matn bo'lmasligi darkor. Nashr sayti dizaynida turli ranglar qorishuvi bo'lmasligi, matnlar bir-biriga juda yaqin va aralash joylanmasligi va matnlarning berilishida o'ta bo'rtirilgan jilo ishlatilmasligi kerak.

AQSH ning mashhur [www.nytimes.com](http://www.nytimes.com) sahifasi aynan shunday saytlar sirasiga kiradi.

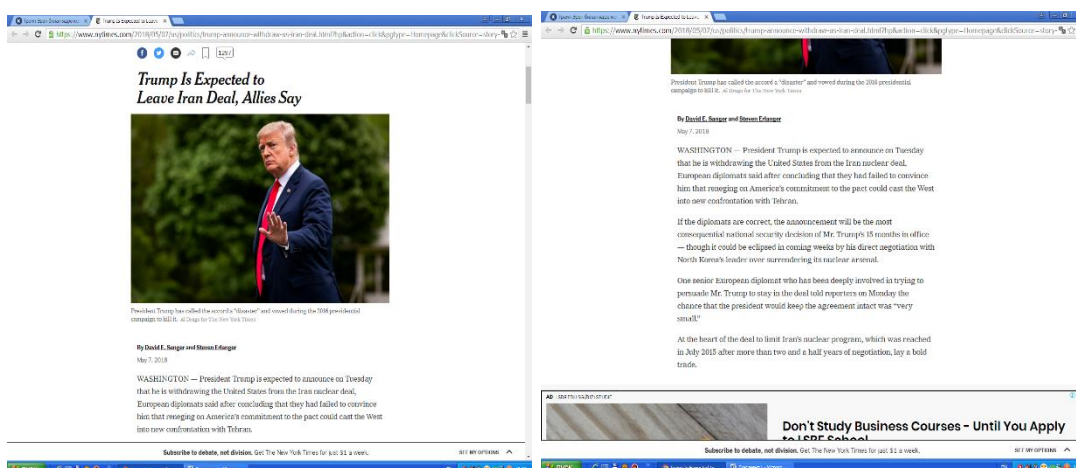


14-rasm.

Ushbu saytda (14-rasmga qarang) matnlar qora rangli (oddiy, to'q yoki kursiv) holatida beriladi, har bir matnga mos fotosurat yoki videotasma joylashtiriladi, qolaversa, reklamalar uchun ham o'ta yorqin ranglar uchramaydi. Bu birinchi e'tibor ma'lumotlarga qaratilishini ko'rsatadi.



Saytdagi biror yangilik materiali bilan tanishar ekansiz, u ham ortiqcha reklama e'lonlarisiz rukn ko'rinishida ixtiyoringizda bo'ladi.



### 15-rasm.

Bunda eng asosiy e'tibor matn sarlavhasi va unga berilgan foto hisoblanadi.

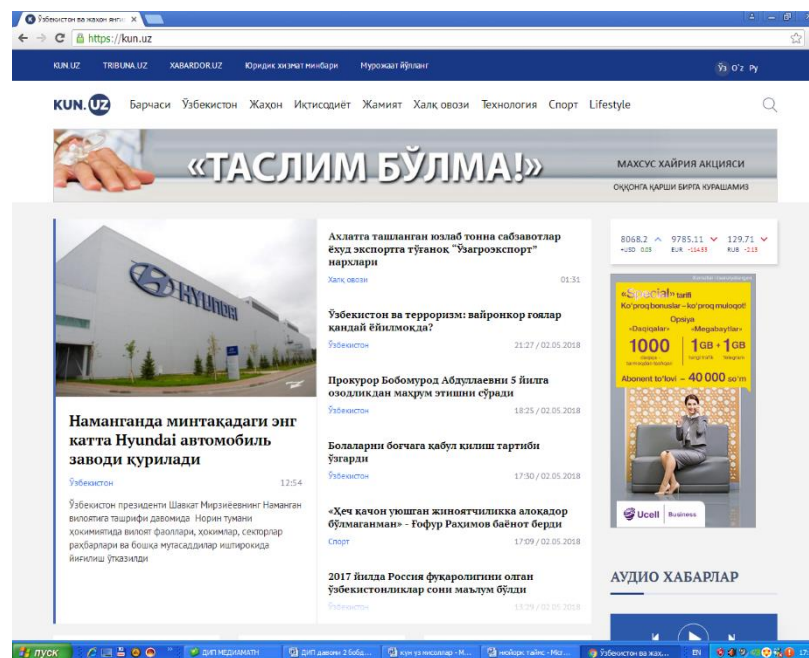
Dizayn jihatidan sodda ko'ringan onlayn nashr o'zining ayni shu ortiqcha rang va tasvir, reklamalar berimasligi bilan ham ommani jalb eta oladi. Sayt birinchi galda tezkorlikda shov-shuvli voqelikni yetkazishni vazifasi deb biladi. Biroq, ayrim paytda har daqiqada yangilik joylashtirilishi mashhur insonlar hayotiga biografik tavsifdek tuyuladi. Bunga yana mamlakatning birinchi raqamli shaxsi hatti-harakatlari haqidagi kunda o'nga yaqin joylashtiriladigan ma'lumotlardir. Kuzatuv natijasida dizayn fotosuratlarining sifatli va matnga mos holatda joylashtirilishi hamdir.

Biron sayt tashkil qilishda birinchi navbatda uning dizayn-konsepsiyasini, ya'ni bosh sahifaning va ichki sahifalarning grafik bezalishini qog'ozga chiqarilgan holatda tasdiqlanadi. Demak, saytning mavjudligi uning dizayni bilan bog'liq masala hisoblanadi. Agarda bajaruvchi tomonidan taqdim etilgan sayt dizayni buyurtmachining talabini qondirsa, uni taqdim etilgan kundan boshlab 5 ish kuni davomida tasdiqlaydi. Agarda qo'yilgan talablarga javob bermasa, Buyurtmachi qo'shimcha o'z talablarini Bajaruvchiga taqdim etadi. Barcha qo'shimchalar saytning



dasturiy modullari bilan parallel ravishda bajariladi. Dizayn-konsepsiya qabul qilinganidan so‘ng kiritiladigan o‘zgartirishlar ikki tomon kelishuviga asosan amalga oshiriladi.

Tadqiqot ob‘yektini hisoblangan [www.kun.uz](http://www.kun.uz) sahifasi dizayni sodda ishlangan. Bu o‘quvchi uchun oddiy va qulay, chalg‘imay kuzatish imkonini beradi. Sahifa bilan tanishgan inson ortiqcha ranglar uyg‘unligi bo‘lmagani uchun asosiy e‘tiborini matnlarga qaratadi.

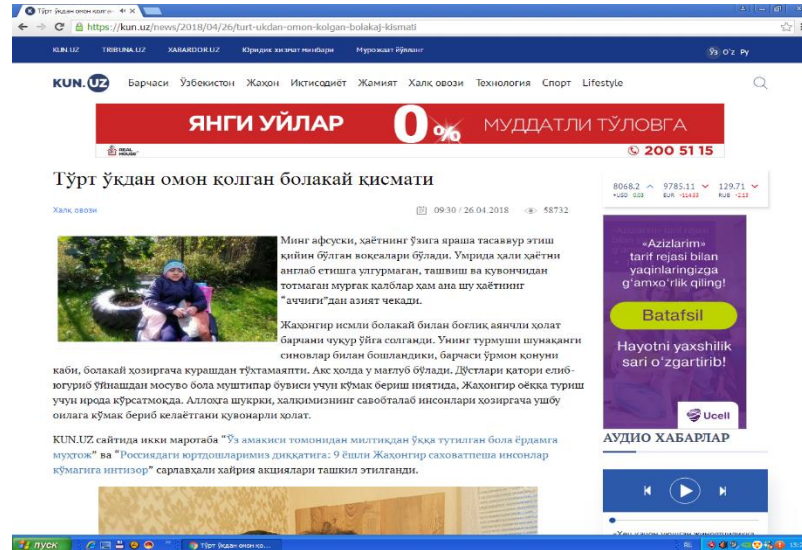


16-rasm.

Guvohi bo‘linganidek, sayt dizaynidagi reklamalargina yorqin ranglarda, katta shriftlarda beriladi. Asosiy axborot matni qora va oq ranglarda ifodalanadi. So‘nggi yangiliklar saytda “Barchasi” sifatida ketma-ket joylashtirilib pastki qismida qaysi sahifaga tegishli ekanini bildirish maqsadida uning nomi ko‘k rangda ilova sifatida taqdim etiladi.

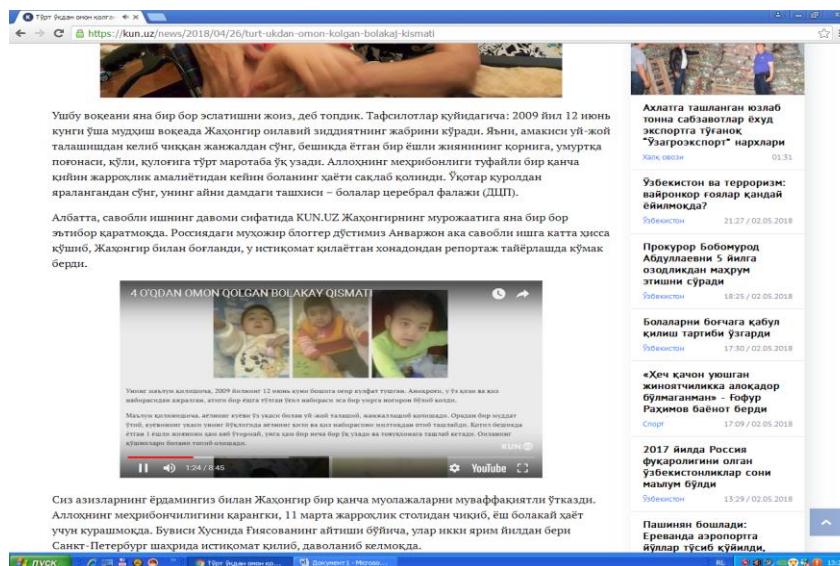


Mazkur saytda mediamatnlr o‘quvchiga juda qulay holatda beriladi. Masalan, quyidagi materialda suratli maqola o‘rtasiga videoilova ham joylashtirilgan va bu o‘quvchiga voqealar rivoji bilan tanishishida qulaylik tug‘diradi.



17-rasm.

“To‘rt o‘qdan omon qolgan bolakay qismati” mavzusidagi maqolada keltirilgan ayrim fikrlar avvalgi ma‘lumotlar bo‘lgani bois ularga ilovalar ham beriladi.



18-rasm.



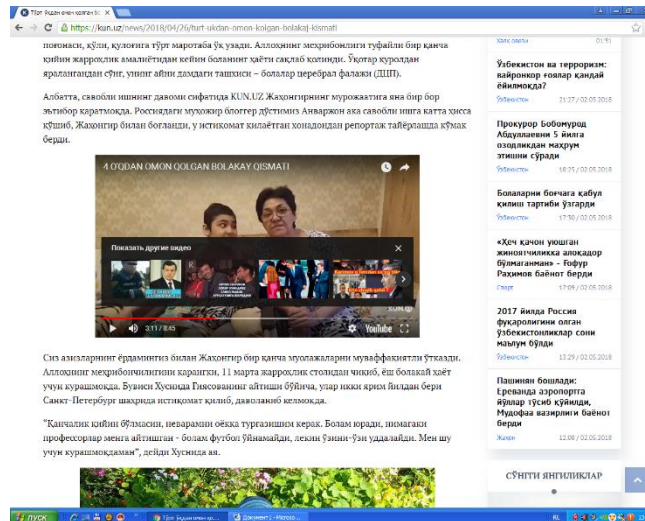
Mazkur maqola jamoatchilik orasida juda mashhur bo‘lib ketdi, sababi unda jurnalistik yondashuv bilan texnik vositalardan unumli foydalanilgan. Mediaviylik xususiyati ham matnni asosli ekanini tasdiqlagan. Ushbu material ko‘psonli auditoriyani qamrab olishiga quyidagi jihatlar sabab bo‘ladi, qolaversa, aynan ana shu pozisiya orqali o‘quvchi psixologiyasiga kuchli ta’sir seziladi:

1. Maqola sarlavhasi: “To‘rt o‘qdan omon qolgan bolakay qismati”. Tinch va osuda hayotimizda bunday voqelik har qanday kishini hayratlantiradi. Voqea ob’yekti bola ekanligi esa o‘quvchini maqola matniga yanada oshiqtiradi.

2. Maqolaga joylashtirilgan ikkidan ortiq fotosuratlar. Fotolavha o‘quvchiga ishonchli manba ekanligini anglatadi. Shuningdek, mazkur axborotni uzoq vaqt xotirada saqlanishiga, hatto boshqa insonlarga ham so‘zlab berishga undaydi. Voqea qahramoni Jahongirning turli holatda tushgan fotosurati ham aynan shu zaylda joylashtirilgan.

3. Maqola matnining ta’sirchan so‘zlarga boyligi. Materialda “...murg‘ak qalb hayotning “achchig‘i”dan aziyat chekdi”, “...uning turmushi shunaqangi sinovlar bilan boshlandiki, barchasi o‘rmon qonuni kabi, bolakay hozirgacha kurashdan to‘xtamayapti”, “...ziddiyatning jabrini ko‘rdi” kabi inson qalbini junbushga soluvchi so‘zlar, shular jumlasidandir.

4. Videoreportajning berilishi. Ushbu maqola fotosurat bilan boshlanib, matnda voqelalar rivoji bayon etiladi. Fakt qo‘llash, auditoriyaga yanada asosli va qiziqarli ma’lumot berish maqsadida Jahongirning onasidan interyu va videotasvirlar berilgan reportaj ham joylashtiriladi. Bu material kuzatuvchilar sonini oshishiga sabab bo‘lishiga sabab bo‘lgan.



19-rasm.

5. Maqolada avval berilgan materialni kuzatish imkonini beruvchi ilova (ssылka) qilish holati. Ushbu element taqdim etilayotgan materialni qisqa formada berilishi, o'quvchiga ko'proq ma'lumot berilishini ta'minlashi bilan birga saytdan uzoqlashmaslik hissini ham uyg'otadi. Bu reklama vazifasini ham anglatadi.

Ko'rinib turibdiki, [www.kun.uz](http://www.kun.uz) mazkur materialni bilan inson qalbini hayrat va junbushga keltirib, uni yana fikrlashga unday olgan. Berilayotgan materialda voqelik qiziqarli bo'lishi bilan birga uni ommaga taqdim etishda jalb etuvchi boshqa detallardan ham unumli foydalanilgan. O'quvchi maqolada ortiqcha bezaklarga duch kelmasligi, chalg'imasligiga ham e'tibor qaratilgan, nazarimizda.

Shu o'rinda sayt dizayni tushunchasining maqsad va vazifasiga ko'ra bir necha turlari mavjudligini qayd etsak. Bular grafik dizayn, aloqaviy dizayn, sanoat dizayni, interyer dizayni, reklama dizaynidir.

Grafik dizayn har bir web-sahifaning umumiy ko'rinishini o'z ichiga olib, tezroq foydalanuvchilar e'tiborini ranglarning yorqinligi, suratlarning ko'pligi, animasion effektlarning qo'llanilishi jihatidan jalb etadi. Aloqaviy dizayni ko'proq jurnallarda, gazetalarda, devoriy gazetalarda, veb-sahifalarda, kitoblarda va hatto harakatni boshqarish belgilarida ham ko'rishimiz mumkin. Maqsad – o'quvchiga ma'lum bir



ma'lumotni uzatishdir. Sanoat dizayni jihozlarga tegishli bo'lib, ulardan foydalanishda qulayliklar tug'dirishi uchun qo'llaniladi.

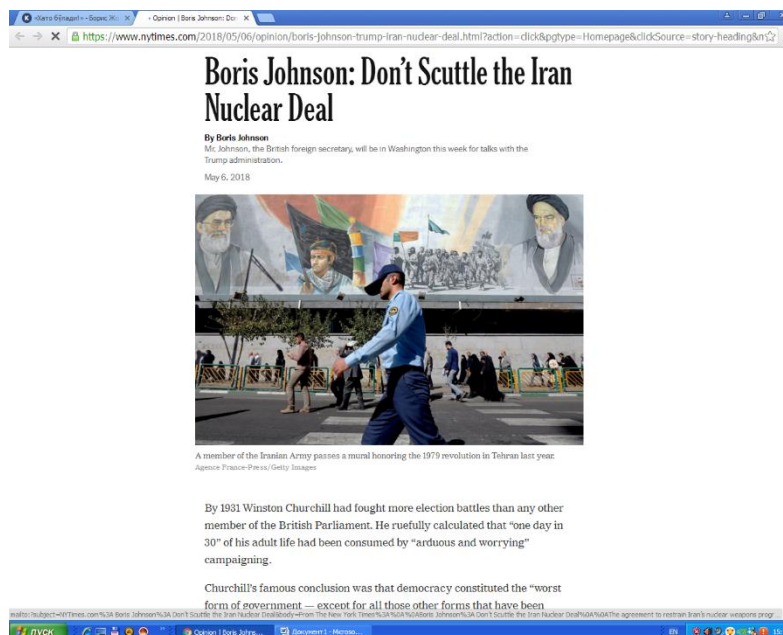
Interyer dizayni inson istiqomat qiluvchi, ish faoliyatini olib boruvchi ob'yektlar, xonadonlar, ofislar, korxonalar, muassasa, tashkilotni bezashga nisbatan qo'llaniladi. Reklama dizayni reklama bannerlari, reklama xarakteriga ega bo'lgan audio va video roliklariga tegishli bo'lib, asosiy maqsad reklama qilinayotgan maxsulotning sotilish ko'rsatkichini oshirish.

Veb-dizayn poligrafik dizaynga juda ham o'xshasada, bosma ommaviy axborot vositalarining dizaynidan ajralib turadi. Bugungi kunda fan-texnika taraqqiyoti natijasida web-dizayn va matbuot dizayni orasida juda katta farq mavjud.

Dizayn, ma'lum bir estetik qonuniyatlarga javob berishi lozim. Misol uchun, kerakli ma'lumotlar alohida shriftlar bilan yozilishi, qidirish, topish, arxiv va ko'chirib olish kabi bir qancha amallar foydalanuvchiga ortiqcha qiyinchilik tug'dirmasligi kerak.

Tadqiqot ob'yektimiz hisoblangan AQSH ning mashhur [www.nytimes.com](http://www.nytimes.com) onlayn nashri ham ta'kidlanganidek, matn harflarining qora rangda bersada, ularning katta-kichikligiga alohida ahamiyat qaratadi. Masalan, Boris Jonsonning AQSH bilan Eron yadro kelishuvi haqidagi "Xato bo'ladi!" qabilida fikrga kelishi mavzusini olaylik.





## 20-rasm.

Buyuk Britaniya Tashqi ishlar vaziri Boris Jonsonning Eron yadro kelishuvidan voz kechish xato ish ekanligi va bu Eron uchun foyda keltirishi haqidagi fikrlari bayon etilgan. Yangilik matnida mashhur shaxsning e'tirozi aniq seziladi. Buni sarlavhaning katta hajmda berilishi ham ifodalaydi. Materialdagi fotosurat esa go'yo Eronda parokandalik yuz berishini ko'rsatayotgandek. Kuzatilgan barcha misollarda sayt tahririyatida siyosiy o'yin jarayonlari kabi nozik va o'ta ehtiyotkorona voqealarni fotosuratlarda aks ettira olish mahoratiga ega xodimlar faoliyat olib borishini bildiradi. Mana shu jihatlar mamlakatimiz jurnalistikasi uchun o'rnak bo'larli jihatlar hisoblanadi.

Veb-sahifa dizaynida infografikadan foydalanish masalasi ham muhim hisoblanadi. Infografikaning bir nechta turi mavjud bo'lib, bular: jadvallar, diagramma, piktogramma, infokart, Simile TimeLinedir.

Jadval. Raqamlar, statistik ma'lumotlarni mantiqiy bog'liqlikni saqlab qolgan holda ma'lum bir qonuniyatga asosan tartib bilan kataklarga joylashtirish. U



eng qadimgi va qulay axborot uzatish turi bo'lib, unda asosan ekologik, iqtisodiy va ijtimoiy sohalarda keng ko'lamda foydalaniladi.

Tadqiqot ob'ektlarimizda [www.kun.uz](http://www.kun.uz) hamda [www.nytimes.com](http://www.nytimes.com) sahifalarida jadvallar juda ko'p uchramaydi.

**Ўзбекистонда автомобиль ва бензин ишлаб чиқариш ҳажми ортди**

Ўзбекистонда автомобиллар ишлаб чиқариш кўпайди. Бу ҳақда Давлат статистика қўмитасининг маълумотларида сўз қилинган.

Хусусан, январь-апрель ойлари ақсуларига кўра, 51 005 автомобиль ишлаб чиқарилди. 2017 йилда эса бу кўрсаткич 40 366гача ташкил этган. Шу тариқа, ўсш 26,4%ни ташкил этди.

2017 йilda ishlab chiqarilgan	Ishlab chiqaradigan sanoat mahsulotlari	2018 йilda ishlab chiqarilgan	O'sish sur'ati, %
40366	Yengil avtomobillar (ixtisoslashtirilgansiz), dona	51005	126,4 ↑

Бензин ишлаб чиқариш 3,7%га ортди, 378,9 минг тоннани ташкил қилди (2017 йил январь ойида 365,5 минг тонна).

21-rasm.

2017 йilda ishlab chiqarilgan	Ishlab chiqaradigan sanoat mahsulotlari	2018 йilda ishlab chiqarilgan	O'sish sur'ati, %
29581	Avtomobil dvigatellari, dona	40780	137,9 ↑
365,5	Avtomobil benzini, ming t.	378,9	103,7 ↑

Бундан ташқари, автомобиль двигателлари ишлаб чиқариш 37%га ўсди.

Кюе машиналари ва автобус ишлаб чиқариш ледади неки баробарга тушиб кетди. Хусусан, ўтган йилнинг январь - апрелда 300та автобус ва 1204та юк машинаси ишлаб чиқарилган бўлса, 2018 йилнинг худди шу даврида мос равишда фақат 144 ва 854та автобус ҳамда юк машинаси чиқарилди.

2017 йilda ishlab chiqarilgan	Ishlab chiqaradigan sanoat mahsulotlari	2018 йilda ishlab chiqarilgan	O'sish sur'ati, %
1204	Yuk avtomobillari, dona	854	70,9 ↓
300	Avtobuslar, dona	144	48,0 ↓

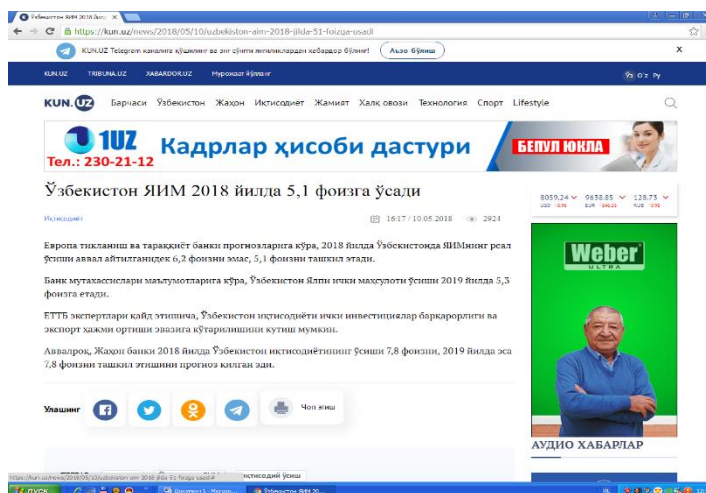
22-rasm.



Chunki har ikki nashr kundalik voqeliklarni tezkorlikda yangilik sifatida elon qiladi. Tahliliy yoki badiiy-publisistika turkumi janrlari esa ko‘zga tashlanmaydi. Xabar, reportaj va intervyu sahifaning asosiy qismini tashkil etadi.

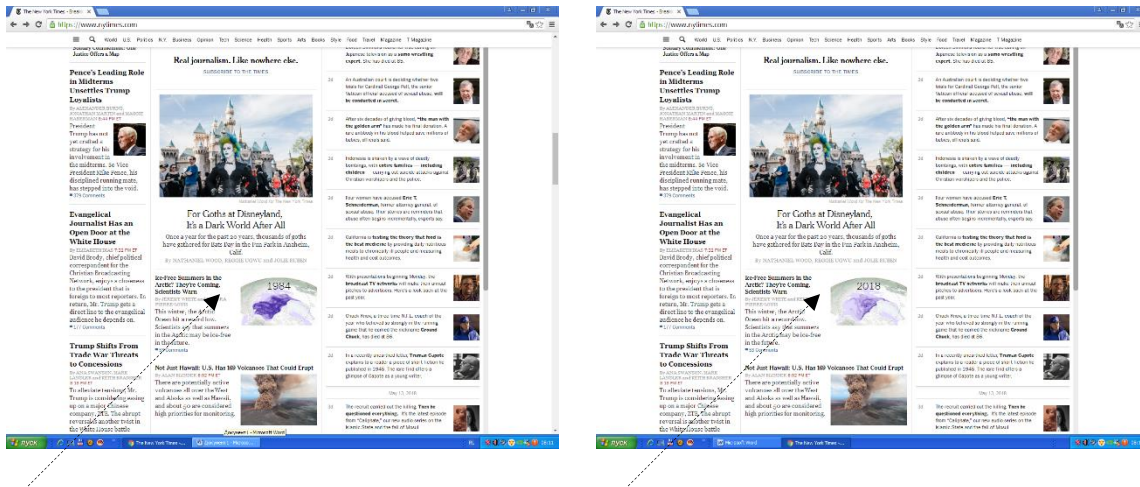
Grafika. Ma’lumotlarning bir-biriga bog‘liqligini ko‘rsatib X va Y shakllarda ko‘rsatiladi. Chiziqli grafika eng ko‘p qo‘llaniladi va ko‘proq saytlarga kundalik kiruvchilar sonini ko‘rsatish uchun ishlatiladi.

Darhaqiqat, bugun biron mavzuda gapirishda grafikadan foydalanish kuzatuvchi yaxshi anglashiga yordam beruvchi vosita sifatida ko‘p ishlatilmoqda. Bu qulay va tez ishlash imkonini ham bermoqda. Asosan iqtisodiy mavzularda ko‘p uchrovchi ushbu detal tadqiqotimiz ob’yektlarini kuzatish jarayonida juda kam uchradi.



23-rasm.

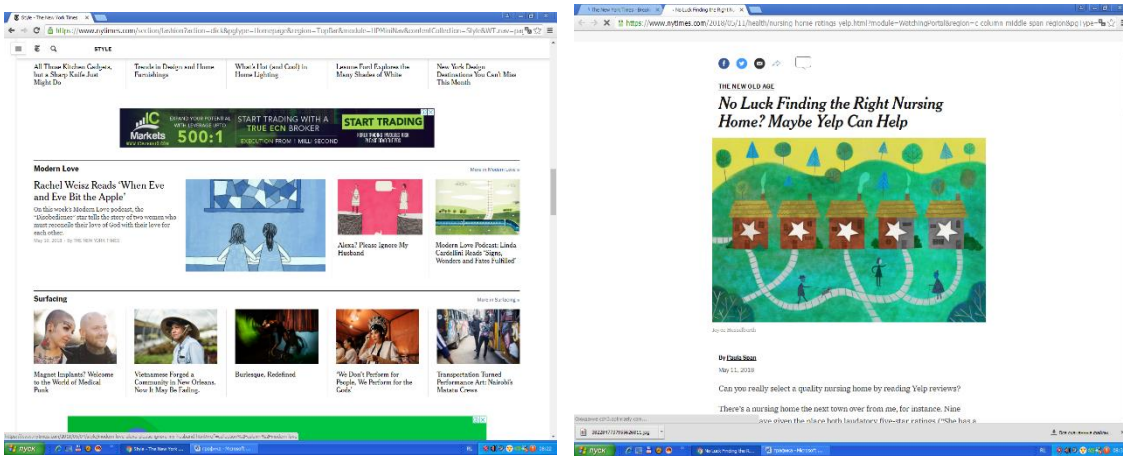
Hattoki iqtisodga tegishli rukndan ham topa olmadik. Grafika bilan ishlash tadqiqotimiz ob’yektlarida unga o‘xshash fotolardan foydalanishda ham kuzatildi.



24, 25-rasmlar.

Mazkur misolda chizma raqami o‘zgarib turadi. Bu ham yangi texnologik yondashuvlardandir.

Saytda axborot matnlariga mos g‘ayrioddiy rasmlarning ifodasi ham ko‘p uchraydi. Ular ham o‘quvchi e‘tiborini jalb etuvchi samarali vositalardan hisoblanadi.



26, 27-rasmlar.

Diagramma – ma’lumotlar muvofiqligini ko‘rsatadi. Aksariyat holatlarda ular diagramma o‘qi atrofida joylashadi. Diagramma o‘z navbatida bir



qancha turlarga bo‘linadi. Bular gistogramma, aylana, chiziqli, sohali, nuqtali, uzukli, pufakchali va yaproqsimon hamda issiqlik diagrammasidir.

Ommaviy axborot vositalari internet tizimda ishlar ekan, multimedyaning barcha imkoniyatlaridan birdek foydalana olishmaydi. Chunki bu narsa kutish vaqtini uzaytirib, ma’lumotlarni yetkazish quvvati kamayadi. Grafik materiallarning ko‘pligi sahifani ochishga uzoq vaqt sarflanishiga olib keladi. Shu bois Internet-OAVlarda foydalanuvchiga oson bo‘lishi uchun ranglar, ovozlar va videotasvirlardan imkon qadar tejamli foydalanish kerak. Bundan tashqari, ularda matnlar foydalanuvchini zeriktiradigan darajada uzun bo‘lmasligi kerak. Sababi, gazeta yoki jurnaldagi materialni bo‘lib-bo‘lib ham o‘qish mumkin. Ammo foydalanuvchi ma’lum bir sahifadan chiqib ketgach, unga qaytib yana kirishi dargumon.

Kuzatuvlar davomida tezkor xabarlarini yorituvchi tadqiqot ob’ektlarimizda turli fotosuratlariga ifodalanishi ma’lum bo‘ldi. Infografika turlari deyarli uchramadi. Shunday bo‘lsa-da, ular haqida qisqacha to‘xtalishimiz lozim.

Piktogramma. Belgiga aylantirilgan eng zarur axborot yoki fikrga aytiladi. Belgining dizayni o‘ta sodda va oson, auditoriyaning har bir a’zosi uchun tushunarli tarzda bo‘lishi zarur. Piktogrammaga misol sifatida hayvonot va o‘simlik dunyosi belgilarini olish mumkin. Piktogrammalar asosan biznes sohasi vakillariga xos saytlarda ko‘p uchraydi.

Infoxarita bugungi kunda infografika turlaridan biri bo‘lib, xaritalar yordamida axborotni vizullashtirish demakdir. Aynan infoxarita orqali global iqlim o‘zgarishi muammosi oqibatida yer yuzida sodir bo‘layotgan voqea-hodisalar haqida ko‘rgazmali axborot berish mumkin.

Dolzarb mavzularni o‘quvchiga yetkazishning yana bir qulay usuli Simile TimeLine texnologiyasidan foydalangan holda material tayyorlashdir. U ingliz tilidan tarjimada vaqt chizig‘ida solishtirish ma’nosini berib, JavaScript



dasturida ma'lum vaqt birligida voqea-hodisalarni aks ettirish uchun qo'llaniladi. Aksariyat holatlarda infografikaning ushbu turi iqlim o'zgarishi oqibatlarini kuzatayotgan muassasalar faoliyatini yoritishda ishlatiladi. Bundan tashqari bu mavzu bo'yicha yoritilgan materiallaringizni bir dasturda xronologik tarzda saqlanishi hamdir.

Yuqorida qayd etilgan mulohaza, tahlillardan umumlashma xulosa sifatida shuni aytish mumkinki, bugungi kunda har qanday onlayn nashrning dizayni foydalanuvchilarning soniga qarab aniqlanadi. Saytdan foydalanuvchi uning tez ochilishi, unda qiziqarli ma'lumotlarning mavjudligi, teskari aloqa qilish imkoniyati borligi va eng asosiysi sayt dizaynining bejirimligi, ranglar tashkilot obrazini yaratishga xizmat qilishiga ko'ra unga baho beradi. Elektron nashr saytida OAV faoliyatiga mos ranglar ishlatilishi lozim. Nashr sayti dizaynida turli ranglar qorishuvi bo'lmasligi, matnlar bir-biriga juda yaqin va aralash joylanmasligi va matnlarning berilishida o'ta bo'rttirilgan jilo ishlatilmasligi kerak.

Tadqiqot ob'yektlarimiz [www.kun.uz](http://www.kun.uz) hamda [www.nytimes.com](http://www.nytimes.com) saytlarida matnlar qora rangli (oddiy, to'q yoki kursiv) holatida beriladi, har bir matnga mos fotosurat yoki videotasma joylashtiriladi, qolaversa, reklamalar uchun ham o'ta yorqin ranglar uchramaydi. Bunda asosiy e'tibor matn sarlavhasi va unga berilgan foto hisoblanadi. Dizayn jihatidan sodda ko'ringan onlayn nashr o'zining ayni shu ortiqcha rang va tasvir, reklamalar berilmasligi bilan ham ommani jalb eta oladi. Sayt birinchi galda tezkorlikda shov-shuvli voqelikni yetkazishni vazifasi deb biladi. Bu o'quvchi uchun oddiy va qulay, chalg'imagay kuzatish imkonini beradi. Sahifa bilan tanishgan inson ortiqcha ranglar uyg'unligi bo'lmagani uchun asosiy e'tiborini matnlarga qaratadi. Infografika turlari ham juda kam beriladi. Chunki har ikki nashr kundalik voqeliklarni tezkorlikda yangilik sifatida elon qiladi. Tahliliy yoki badiiy-publisistika turkumi janrlari esa ko'zga tashlanmaydi. Xabar, reportaj va intervyu sahifaning asosiy qismini tashkil etadi. Zero, kuzatuvchilar ko'psonni tashkil etar ekan, tahririyat xodimlari ularga mos va xos dizaynda materiallar taqdim etmoqda, deya olamiz.



Ma'lum sayt orqali axborot tarqatishda jamoatchilikni faqat voqelikdan xabardor qilish emas, insonning biron mavzudagi bilimini oshirish, hayotiy uslublariga yangilik kiritish, o'zi uchun muhim xulosaga kelishiga ham turtki bo'lishi nazarda tutiladi.

Globalashuv turli maqsadlarni ko'zlab, bir-birini takrorlamas vazifalarni o'z ichiga olgan murakkab jarayon hisoblanadi. Jamiyatda biror soha yo'qki uning ta'siridan chetda qolayotgan bo'lsa. Mazkur jarayon qoldirayotgan natija ham ijobiy, ham salbiy bo'lishi mumkin. Birgina axborot makoniga zamonaviy axborot kommunikatsiya texnologiyalarining joriy etilishi bu sohada ham jiddiy o'zgarishlarga olib keldi. Bugun istaymizmi yoki yo'qmi, globalashuv o'z zamiriga butun rivojlanish jarayonlarini qamrab oldi. Yer sharining bir chekkasida sodir bo'lgan voqea haqidagi axborot bir zumda uning boshqa chekkasiga yetib boradi. Bu tezkor, tabiiy jarayon. Undan to'g'ri foydalanish, axborot oqimi ichidan foydali ma'lumotni ajrata bilish, uning ijobiy xususiyatlarini olib, takomillashtirib, milliy ma'naviyatimizga zid kelmaydigan tarzda taqdim qilish va kezi kelganda turli yot g'oyalarga qarshi kurashish milliy jurnalistikamiz uchun dozarb masaladir.

Qarshi kurashda nimalarga e'tibor qaratiladi? Albatta, birinchi galda [www.kun.uz](http://www.kun.uz) kabi tezkor xabarlarini berib boruvchi saytlar tashkil etilishi, ularda dolzarb, muhim va ahamiyatli voqeliklar bayoni berilishi, materiallar aslidan tarjima sifatida taqdim etilishi darkor. Yaqin kungacha hatto, mamlakatimiz birinchi shaxsining biron mamlakatga davlat tashrifi to'g'ridan-to'g'ri yoritilmas edi. Mana ikki yildirki, mamlakatimizda barcha sohada ulkan o'zgarishlar, yangilanishlar sodir bo'lmoqda. Jurnalistikamiz ham yangi bosqichda "jonlandi". Shu o'rinda yaqinda milliy OAVimizda ta'kidlangan AQSHning "The New York Times" bosma nashri chop etgan "O'zbekistonda bahorga ishora" (A Hint of Spring in Uzbekistan) nomli maqola haqida to'xtalish o'rinli. Mazkur materialda, "Sobiq ittifoq mintaqasining aksariyat qismida va jahonning boshqa hududlarida demokratiya ortga chekinayotgan bir vaqtda Prezident Shavkat Mirziyoyevning sa'y-harakatlari alohida e'tibor va qo'llab-



quvvatlashga loyiqdir”. Maqolada davom ettirilishicha, yangi davlat rahbari “kutilmaganda butunlay boshqa va hozircha yaxshi yo‘lni tanladi... U bir qator siyosiy mahbuslarni, xususan, jurnalistlarni ozod etdi, 18 ming kishini xavfsizlik xizmatining “qora ro‘yxati”dan o‘chirtirdi, paxta maydonlarida majburiy mehnatdan foydalanishni chekladi, OAV ustidan o‘rnatilgan nazoratni bir oz yumshatdi, O‘zbekistonning qo‘shnilari bilan do‘stona munosabatlar o‘rnatish ustida ishlamoqda”, deb yozadi “The New York Times”.

“Freedom House” tashkiloti o‘zining yangi “Tranzitdagi xalqlar” hisobotida, boshqa tashkilotlar qatori hali oldinda qilinadigan ishlar ko‘pligini qayd etgani holda, “O‘zbekistonning o‘z o‘tmishidan sezilarli ilgari ketgani” va unda “bahorning ilk, kamtarona g‘unchalari” ko‘z ochayotganiga e’tibor qaratgan. Bundan tashqari, “...butun jahon bo‘ylab qonun ustuvorligi va mustaqil tuzilmalarga hurmatsizlik avj olayotgan bir vaqtda janob Mirziyoyevning ushbu tendensiyani o‘zgartirish yo‘lidagi kamtarona sa’y-harakatlari ham ahamiyatlidir”, deb, e’tirof etiladi, maqolada.

“Janob Mirziyoyev o‘zgarishlarni boshlab berdi va endi AQSH hamda Yevropa ittifoqi O‘zbekiston bilan bog‘liq har qanday munosabatlarni, u xoh investisiya, xoh taraqqiyot dasturlari bo‘lsin, mamlakatda inson huquqlari ahvolidning yanada yaxshilanishi bilan bog‘lashi nihoyatda muhimdir”<sup>1</sup>.

Albatta, bu kabi materiallar yana boshqa ko‘plab xorijiy nashrlarda e’lon qilindi. Biz tadqiqot ob’yektimizni o‘rganish jarayonida ushbu ma’lumotni kuzatganimiz uchun ham bu haqda alohida to‘xtalishni ma’qul deb topdik. Va albatta, bugungi yangilashnishlar haqidagi dunyo e’tirofi o‘zbek xalqini ruhan quvontiradi va odim qadamiga turtki bo‘ladi.

I.M. Kobozeva OAV orqali ta’sir etishning uch uslubini ko‘rsatib o‘tadi:

---

<sup>1</sup> Қаранг: <http://xs.uz/uzkr/post/the-new-york-times-ozbekistonda-bahorga-ishora>





– ta’sir ko’rsatishning birinchi usuli – resipiyentning mantiqiy maydoniga yangi ma’nolarni kiritish, unga voqe’lik haqida shunday yangi bilimlarni xabar qilishki, ular asosida u o’z xulqini yoki o’zining shu voqe’likka munosabatini o’zgartirsin. Axborot yetkazish orqali ta’sir ko’rsatishning mohiyati ham shunda;

– ta’sir ko’rsatishning ikkinchi usuli – resipiyentning mantiqiy maydonini (unga yangi elementlarni kiritmagan holda) o’zgartirish, ya’ni resipiyent tomonidan voqealar va ularning o’zaro bog’liqligini tushunishni o’zgartirish. Bu ham axborot yetkazishdir, faqat hodisa boshqa miqyosda sodir bo’ladiki, bunda voqe’a ma’lum (bo’lib o’tgan), biroq, ta’sir natijasida u resipiyent tomonidan boshqacha talqin qilinadi;

– ta’sir ko’rsatishning uchinchi usuli – ma’nolar maydonining elementlari voqealar yoki ularning o’zaro bog’liqligi haqida hech qanday yangi axborot yetkazmay (xabar qilmay) turib, resipiyentning bu element yoki voqealarga munosabatini o’zgartirish. Bu – ishontirish orqali ta’sir ko’rsatishdir. Resipiyentga u bilmagan hech narsa xabar qilinmaydi, biroq u bilgan hamma narsalar yangicha ko’rinishda taqdim etiladi<sup>2</sup>.

Olima psixologik ta’sir samarasiga uch asosiy usulning biri orqali erishish mumkinligini ta’kidlaydi. Olimlarning ta’kidlashlaricha, OAVning ta’siri, birinchi navbatda, aqlga emas, balki his-tuyg’ularga qaratilgan. Masalan, siyosiy matnlarda aynan his-tuyg’ularni uyg’ota olish muhim, bunda hatto bayon etish mantiqi va ularning dalillar bilan qo’llab-quvvatlanishi ortga surilgandek bo’ladi.<sup>3</sup>

Dolzarb mavzulardagi siyosiy matnlari bilan jahonni o’ziga qaratayotgan [www.nytimes.com](http://www.nytimes.com) sayti bugun mamlakat prezidentining har bir mulohazasini bayon etmoqda. AQSH siyosiy qarashlari barchani birdek qiziqtirgani bois saytda har soatda yangi ma’lumotlar joylashtirilishi kuzatiladi.

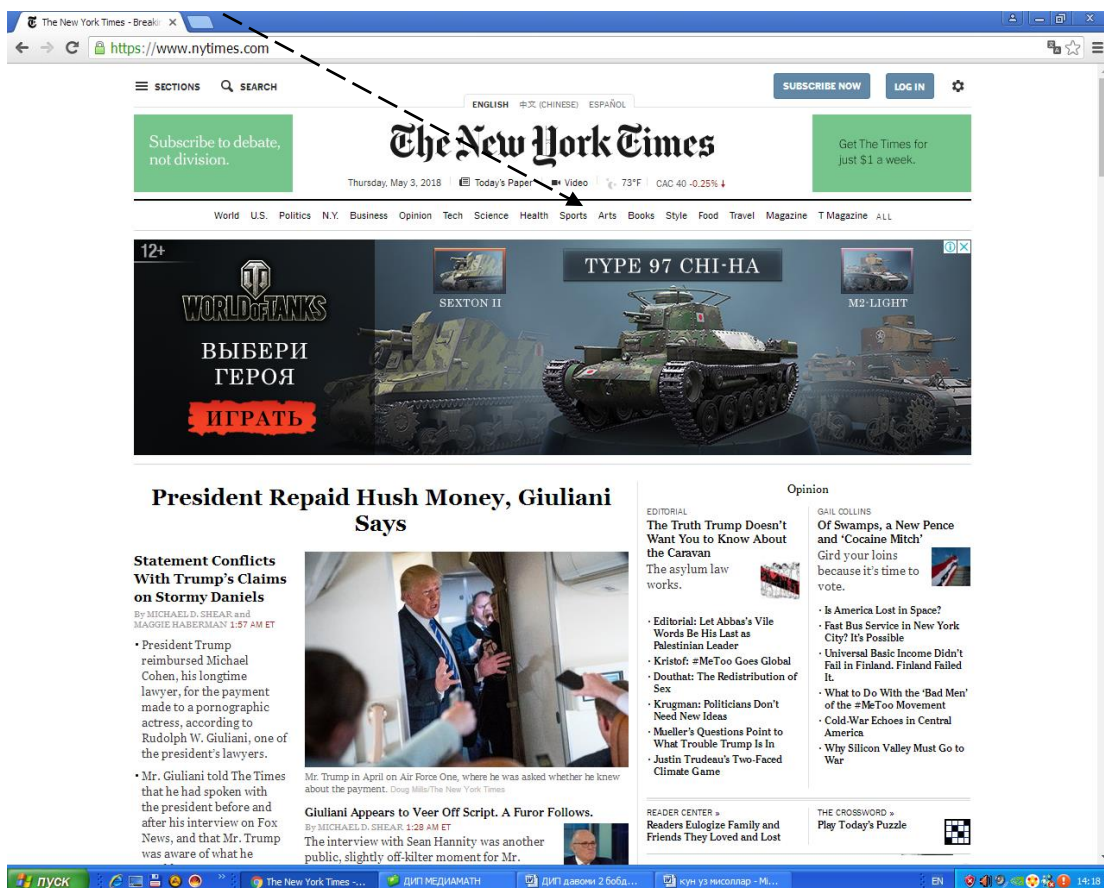
---

<sup>2</sup>Кобозова И. М. Лингвопрагматический аспект анализа языка СМИ // Язык СМИ. –М.: Академический прокт, 2008. -С . 221.

<sup>3</sup> Кўрсатилган асар.

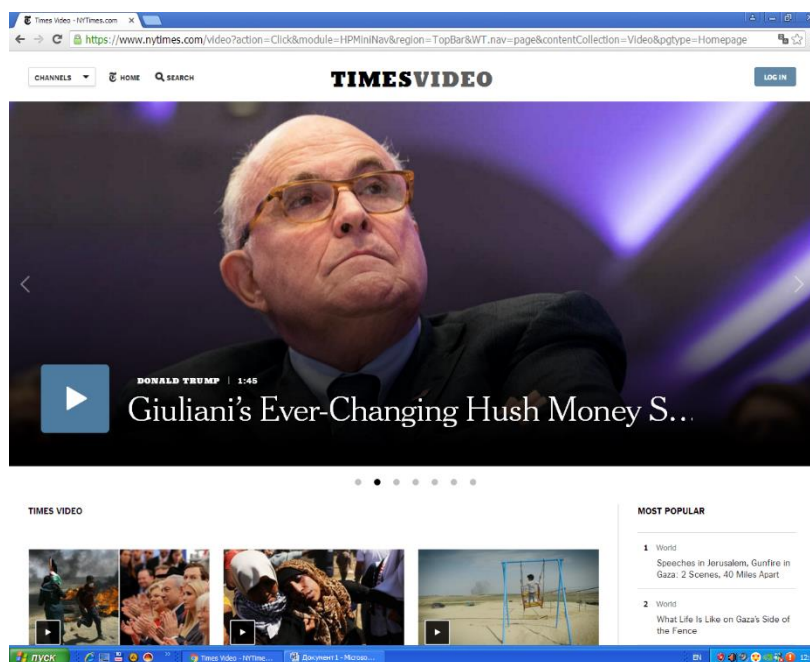


Ushbu saytning umumiy tuzilishini tahlil etishda undagi ma'lum ruknlarni alohida qayd etish o'rinli. Bulardan biri videoxabarnomalar ruknidir.



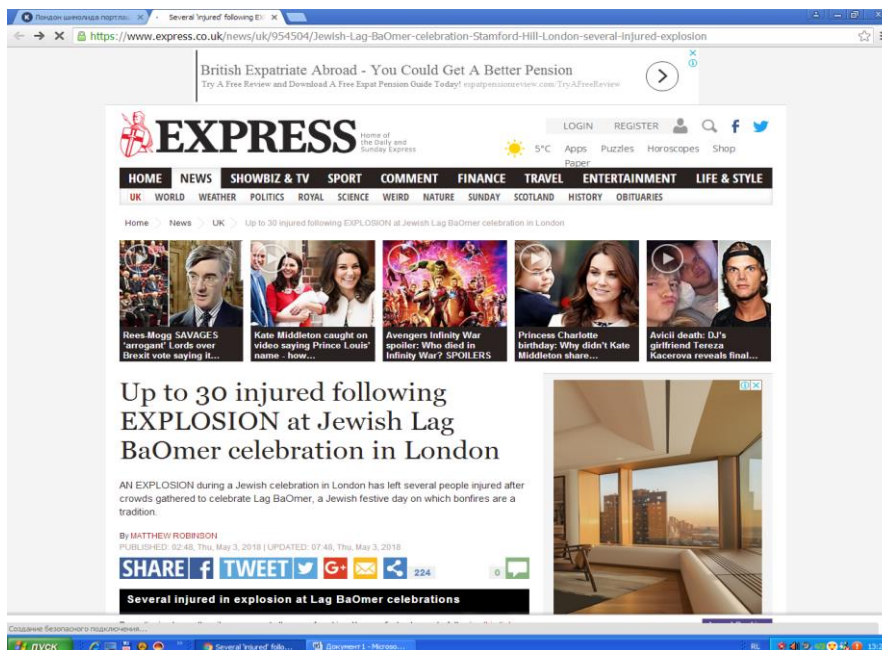
28-rasm.

Bugun mazkur sayt mediaxabarlarni ana shu ruknda batartib berib boradi. Bu bosh sahifadagi asosiy matnlardan chalg'imaslik, matnni o'qib fikrlab olish imkonini beradi. Qolaversa, alohida video nomida rukn berilishi u yerdagi barcha videolarni ketma-ketlikda kuzatish uchun ham qulaydir. Bu borada onlayn nashr o'quvchiga sodda ko'rinish va xotirjam tanishish sharoitini yaratgan. Ushbu sahifaga kirgach esa video va uning qisqa izohiga duch kelinadi. Boshqa videoma'lumotlar esa uning pastidan ilova qilinadi.



### 29-rasm.

Boshqa xorijiy onlayn nashrlarda videoilovalar sahifaning birinchi qismiga joylashtiriladi. Masalan, “The Daily Express”ning [www.express.co.uk](http://www.express.co.uk) saytida videoilovalar birinchi sahifada ko‘rsatiladi.



### 30-rasm.



Tadqiqotchilarning kuzatishlariga qaraganda, OAV matnlari faqat aks ettirishdagina emas, balki jamoatchilik fikrini shakllantirish xususiyatlariga ham ega va shunday yo‘l bilan ular ommaviy auditoriyaga mafkuraviy ta’sir o‘tkazadi<sup>4</sup>.

Mafkuraviy ta’sirga berilmaslik uchun kishi mazmunga diqqat qaratsa kifoya. Bunday ta’sir asosan siyosiy turkumga xos materiallarda aks etadi. O‘zi qiziqqan mavzuni asl manbasini diqqat bilan kuzatib borayotgan o‘quvchi hech qachon bunday ta’sir ostiga tushib qolmaydi. Balki manbaning ishonchli emasligiga guvoh bo‘ladi.

Avstriyalik Internetdan foydalanuvchilarning 14,4 foizi muntazam ravishda ma’lum bir saytlarning mazmuniga, 10,6 foizi esa Internet tizimidagi gazeta va jurnallarga murojaat etishar ekan.<sup>5</sup> Demak, onlayn nashrlar keng ommani qiziqtirib, ma’lumotlari ishonchli, deb qaraladi.

Odatda multimedia mavjud bo‘lgan barcha – matnli, suratli, audio va video texnologiyalarning qorishmasi sifatida qaraladi. Boshqacha aytganda, multimedia barcha mavjud texnik vositalarga kiritish orqali axborotni uzatishda vositachilik qiladi va ommaviy hamda individual muloqot o‘rtasidagi chegarani o‘chirib tashlashi bilan xarakterlanadi.

OAV matnlari, eng avvalo, janr xususiyatlari nuqtai nazaridan qaraladi. Janr biror ijodiy masalani yechishda muayyan materialning tuzilish shaklidir<sup>6</sup>.

Tadqiqotimiz ob’yektlari hisoblangan [www.kun.uz](http://www.kun.uz) hamda [www.nytimes.com](http://www.nytimes.com) sahifalari qayd etilganidek, tezkor xabar yetkazuvchi vositalar hisoblanadi. Shu sababli

---

<sup>4</sup> Қаранг: Чернышова Т.В. Фатическое общение в сфере газетной коммуникации // Русский язык: исторические судьбы и современность. Труды и материалы II Международного конгресса исследователей русского языка. -М.: Изд-во МГУ, 2004. –С. 442-443.

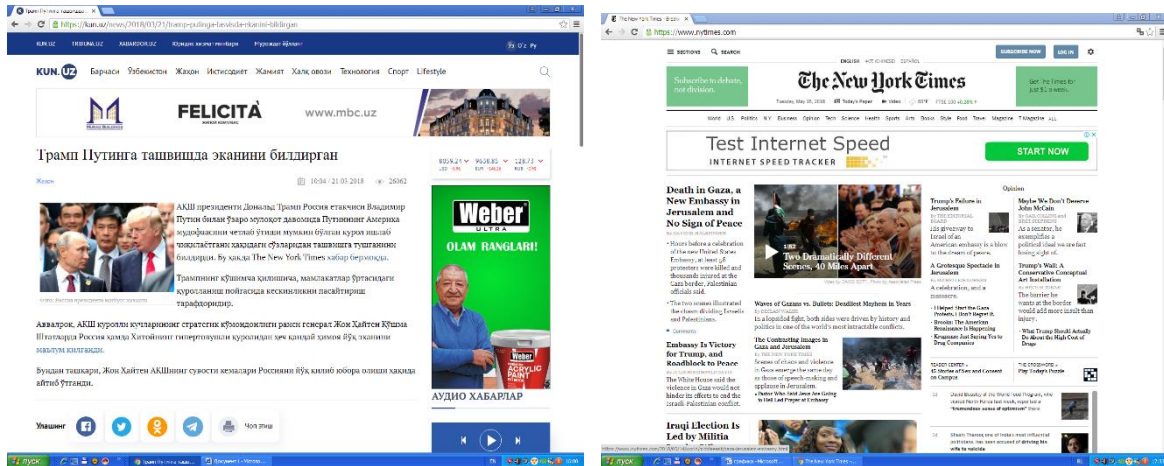
<sup>5</sup> Қосимова Н. Интернет журналистиканинг технологик асослари. <http://nargis.uz/?p=317>, 2012. Б.99.

<sup>6</sup> Радиожурналистика: Учебник / Под. ред. А.А. Шереля. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2000. -С.30.



ularda aks etuvchi ma'lumotlarda xabar yoki reportajdan ko'p foydalaniladi. Har qanday siyosiy voqelik auditoriyaning birinchi galda kuzatadigan mavzusi hisoblanadi.

To'g'ri, bugun har ikki saytda o'nga yaqin ruknlar mavjud va ularda badiiy-publisistik yoki tahlilii janrlardagi materiallar ham uchraydi.



31, 32-rasmlar.

Janrlarga oid o'zgaruvchanlik tarixiylik xususiyati bilan bog'liq. Jurnalistik janrlar sistemasi doimiy tarixiy rivojlanishda. Jurnalistikaning jamiyat taraqqiyoti har bir bosqichdagi konkret vazifalari ijtimoiy-siyosiy sharoitlar, til sistemasining badiiy imkoniyatlari va boshqa omillar bilan bog'liq bo'ladi. Shu bois uchun ham muayyan OAV turining janr xususiyatlarini o'rganish har qanday tarixiy davrda dolzarb hisoblangan. Muayyan janrga bo'lgan ehtiyoj davr talablari tufayli yuzaga kelgan<sup>7</sup>.

Onlayn jurnalistika materiallarida janr xususiyatlar katta ilmiy tadqiqot mavzusi hisoblanadi. Shu bois biz tadqiqotimizda bu masalaga keng to'xtalmadik. Biroq tadqiqotimiz ob'yektlarining axborot uzatishda yangiliklarga ahamiyat berishi sababli bu jihatga ham qisqacha to'xtalib o'tildi.

<sup>7</sup> Абдусайдов А. Газета жанрларининг тил хусусиятлари. Филол.ф. д-ри..... автореферати. – Тошкент. 2005.



Umuman olganda, bugun saytga material joylashda [www.kun.uz](http://www.kun.uz) hamda [www.nytimes.com](http://www.nytimes.com) onlayn axborot manbalari siyosiy axborotlarni yetakchi ko‘rib, birinchi sahifaga joylashtiradi. Har bir matn mediaviy elementlardan mavzuni yaqqol namoyon etuvchi, professional darajada moslashtirilgan fotosuratlar bilan beradi. Yangilash jarayonida sahifaga kichik hajmda ilova sifatida so‘nggisi etib joylashtiradi. Ularda boshqa onlayn nashrlardan farqli video rukni ham mavjud bo‘lib, bu kuzatuvchilar diqqatini buzmaslik, bir axborotdan boshqa voqelikka chalg‘ib ketmaslik uchun qo‘llaniladi. Bu ish tizimi ham psixologik yondashuv sifatida baholanadi.

3-bob bo‘yicha quyidagi xulosalarga kelindi:

- Auditoriyaga psixologik ta‘sir masalasida ikki xil yondashuv: ijobiylik va salbiylik ko‘zda tutiladi;
- Tadqiqot davomida mamlakatimizda ko‘p sonli kuzatuvchilarni qamrab olgan [www.kun.uz](http://www.kun.uz) hamda AQSHning mashhur [www.nytimes.com](http://www.nytimes.com) sahifalari berayotgan materialida fotoeffektlardan unumli foydalanishi orqali omma psixologiyasiga sezilarli ta‘sir etishi kuzatildi. Hattoki ulardagi mashhur insonlarning dolzarb va qiziqarli mavzu bo‘yicha fikri aynan surati bilan hamohang tarzda berilishi e‘tirofqa molik;
- Bugungi kunda har qanday onlayn nashrning dizayni foydalanuvchilarning soniga qarab aniqlanadi. Saytdan foydalanuvchi uning tez ochilishi, unda qiziqarli ma‘lumotlarning mavjudligi, teskari aloqa qilish imkoniyati borligi va eng asosiysi sayt dizaynining bejirimligi, ranglar tashkilot obrazini yaratishga xizmat qilishiga ko‘ra unga baho beradi;
- [www.kun.uz](http://www.kun.uz) hamda [www.nytimes.com](http://www.nytimes.com) sahifalari qayd etilganidek, tezkor xabar yetkazuvchi vositalar hisoblanadi. Shu sababli ularda aks etuvchi ma‘lumotlarda xabar yoki reportajdan ko‘p foydalaniladi. Har qanday siyosiy voqelik auditoriyaning birinchi galda kuzatadigan mavzusi hisoblanadi;



- [www.kun.uz](http://www.kun.uz) hamda [www.nytimes.com](http://www.nytimes.com) nashrlari kundalik voqeliklarni tezkorlikda yangilik sifatida elon qiladi. Tahliliy yoki badiiy-publisistika turkumi janrlari esa ko‘zga tashlanmaydi. Xabar, reportaj va intervyu sahifaning asosiy qismini tashkil etadi.