

**O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY VA O'RTA
MAXSUS TA'LIM VAZIRLIGI**

**MIRZO ULUG'BEK NOMIDAGI O'ZBEKISTON
MILLIY UNIVERSITETI**

M. XUDOYQULOV

JURNALISTIKAGA KIRISH

O'quv qo'llanmasi

Toshkent -- 2005

«Jurnalistikaga kirish» kursi matbuotshunoslik fanida asos o`rin tutadi. Mazkur kurs matbuotning mohiyati, uning kel chiqish sabablari, funktsiya va prinsiplari, ommaviy axborot vositalari tasnifi hamda boshqa ichki, obyektiv qonuniyatlari o`rganadi. Bu kurs ikki qismdan iborat bo`lib, uning birinchi qismi — «Ommaviy axborot vositalari nazariyasi», ikkinchi qisr esa «Ommaviy axborot vositalari tipologiyasi» deb ataladi.

Mazkur o`quv qo`llanmasi jurnalistika fakultetlari talabala uchun mo`ljallangan bo`lib, undan jurnalistlar va barcha qiziqqa kitobxonlar foydalanishlari mumkin.

Mas'ul muharrir:
Muharrir:

Tarix fanlari doktori Q.T.Ernazaro
Filologiya fanlari nomzodi
G.N.Tavaldiyeva

OMMAVIY AXBOROT VOSITALARI NAZARIYASI

KIRISH

Ommaviy axborot vositalari nazariyasi — ijtimoiy informatsiyaning paydo bo'lishi va tarqalishi hamda bu borada asosiy o'rin tutuvchi ommaviy axborot vositalari — gazetalar, jurnallar, radio, teleko'rsatuvlar, axborot agentliklarining ishi, faoliyatini o'rganuvchi fandir. Boshqacha qilib aytganda, mazkur kurs matbuot haqida, uning ilmiy-obyektiv qonuniyatlari haqida bahs yuritadi.

Matbuot so'zi arabcha «tabaa» (bosmoq) so'zidan olingan bo'lib, «bosma mahsulot» degan ma'noni bildiradi. Ya'ni, bosma usulda chiqariladigan, ko'paytiriladigan barcha mahsulot matbuotni tashkil etadi. Ana shu matbuotning asosiy qismini vaqtli, to'g'rirog'i davriy matbuot tashkil etadi. Bu ma'lum vaqtlarda, davriy tarzda doimiy chiqib turadigan matbuot nashrlaridir. Matbuot atamasi bilan bir qatorda jurnalistika atamasi ham ishlatiladi. Bu so'z fransuzcha “Journal” so'zidan olingan bo'lib, “kundalik” degan ma'noni bildiradi. Jurnalistika atamasi o'z navbatida bir necha ma'noda ishlatiladi:

- 1). Bosma mahsulotlar, ya'ni matbuot nashrlarining yig'indisi;
- 2). Matbuot nashrlarini chiqarish, ularga materiallar tayyorlash bilan bog'liq kasb;
- 3). Matbuotning ichki qonuniyatlarini o'rganuvchi fan sifatida qo'llaniladi.

Keyinchalik, vaqtli matbuotning tarkibiga bosma usulda chiqariladigan gazeta va jurnallar bilan bir qatorda uning texnikaga asoslangan yangi turlari — radio, teleko'rsatuvlar kelib qo'shilgach, bularning umumiy majmuasiga ommaviy axborot vositalari deb nom berildi. Ommaviy axborot vositalarining asosini matbuot tashkil etadi, ular matbuot qonuniyatlari asosida ish ko'radilar, shu boisdan bularni qisqacha matbuot deb yuritish mumkin.

Matbuot insoniyat jamiyatida doimo muhim o'rin tutib kelgan. Sivilizatsiyalashgan har qanday jamiyatda har qanday ijtimoiy-

siyosiy harakat matbuotsiz bo'lib o'tishi mumkin emas. Hozirgi zamon insoniyati hayotini matbuotsiz, gazeta va jurnallarsiz, radio va teleko'rsatuvlarsiz tasavvur etib bo'lmaydi. Inson nonsiz, noz-ne'matlarsiz yashay olmaganidek ma'naviy ozuqa bo'lmish matbuotsiz ham yashay olmaydi.

Kishilik jamiyatida, insonlarning hayoti va faoliyatida bunchalik ulkan va zarur o'rin tutib kelayotgan matbuotning o'zi nima? U qachon va qanday sharoitda paydo bo'lgan? Matbuotning vujudga kelishidagi ijtimoiy-siyosiy sabablar nimada? Matbuot qanday qonuniyatlar asosida ish ko'radi? Ana shu savollarga matbuot haqidagi fan — ommaviy axborot vositalari nazariyasi javob beradi. Ya'ni, matbuot ham insoniyat jamiyatidagi boshqa ijtimoiy hodisalar qatorida o'z ichki-obyektiv qonuniyatlariga egadir va OAV nazariyasi fani ana shu qonuniyatlarni o'rganadi. Demak, OAV nazariyasi kursi ijtimoiy informatsiya va matbuotning kelib chiqishi, uning mohiyati, funktsiya va prinsiplari haqidagi fandır.

Matbuotni ijtimoiy hodisa sifatida o'rganishda turlicha qarashlar, fikrlar mavjuddir. Shu paytgacha bizda jamiyatdagi boshqa ijtimoiy hodisalar qatorida matbuot ham markscha-lenincha ta'limot asosida, sinfiy-g'oyaviy nuqtayi nazardan o'rganilib kelindi. Mamlakatimizning milliy mustaqillikka erishuvi natijasidagina boshqa ijtimoiy fanlar qatorida matbuot nazariyasi sohasida ham yangicha, xolis, umuminsoniy qarashlar qo'llanila boshlandi. "Bizlarning endigi vazifamiz — ma'naviy hayotimizni, ilm-fanimiz faoliyatini, izlanishlarimizni eski mafkura qoliplaridan xalos etish, tafakkurimizni qullik iskanjasidan forig' qilishdan iborat bo'lmog'i zarur",— deb ta'kidlagan edi O'zbekiston Prezidenti I.A. Karimov¹. Shu munosabat bilan matbuotshunoslik fanining asosiy tarkibiy qismi, o'zagi bo'lgan OAV nazariyasi kursi ham endilikda to'g'ri, ilmiy xolislikka asoslangan umuminsoniy qarashlar asosida qayta ishlab chiqilmoqda. Natijada mazkur fan ham tobora ijodiy rivojlanib, eski va o'z umrini yashab bo'lgan

¹ Karimov I.A. Bizdan ozod va obod vatan qolsin. — Toshkent; O'zbekiston nashriyoti, 1994, 168–bet

ko'nikmalardan xalos bo'lib bormoqda. OAV nazariyasi fani matbuot haqidagi boshqa fanlar bilan, jumladan matbuot tarixi bilan chambarchas bog'liqdir. Boshqacha qilib aytganda, matbuot nazariyasi matbuot nashrlari tarixiy tajribasining umumlashmasidir. Mazkur fan shu bilan birgalikda amaliy, ijodiy ahamiyat ham kasb etadi. Ya'ni, u matbuotning tarixiy tajribasidan uning shu kungi faoliyati uchun zarur bo'lgan, unda keng qo'llaniladigan amaliy, ijodiy xulosalar chiqaradi. Binobarin, matbuot nazariyasi matbuotning mohiyati, jurnalistik ijod va mahorat haqidagi fandır. OAV nazariyasi ijtimoiy voqelikni aks ettirishning alohida bir qonuniyatga asoslanuvchi turi bo'lgan publitsistika nazariyasi bilan ham chambarchas bog'liqdir. OAV nazariyasi kursi ijtimoiy fan sifatida falsafa, tarix, siyosatshunoslik kabi fanlar bilan ham o'zaro aloqada bo'ladi. Ijodiy xususiyati jihatidan adabiyotshunoslik, til nuqtayi nazaridan esa tilshunoslik fanlari bilan ham bog'lanib ketadi. Ommaviy axborot vositalari nazariyasi fani universitetlar jurnalistika fakultetlari uchun asosiy, etakchi fan sanaladi. U bakalavr va magistrlar tayyorlashning butun kurslari davomida o'qitiladi hamda undan diplom ishi yoziladi, davlat imtihoni topshiriladi. Kursning vazifasi talabalarga matbuotning ichki, obyektiv qonuniyatlari haqida chuqur, har taraflama nazariy bilim berish hamda ularni matbuot nashrlari va OAV da ishlashlari uchun kasbiy malakalar hosil qildirishdan iboratdir. Ya'ni bu kurs jurnalistlarning kasbiy tayyorlanishida markaziy o'rinni egallaydi.

Kurs ilmiy ma'ruza, savol-javob va boshqa xildagi amaliy mashg'ulotlar tarzida olib boriladi. Talabalarning bu kursdan olgan bilimlari reyting va test usullari asosida tekshirib boriladi. Buning uchun talabalardan mashg'ulotlarga muntazam qatnashish, berilgan ilmiy adabiyotlarni chuqur o'zlashtirish, OAV ning kundalik faoliyati bilan tanishib borish talab etiladi.

INFORMATSIYA VA MATBUOT

Insoniyat jamiyatida informatsiya katta ahamiyatga egadir. Informatsiya soʻzi lotincha *Informare* — tasvirlash, biron narsa haqida tushuncha berish degan maʼnoni anglatadi. Ammo informatsiyaning asl mazmuni bu tushunchadan kengroq boʻlib, umuman tiriklik, hayot maʼnosi bilan tutashib ketadi. Falsafiy maʼnoda aytganda informatsiya — moddaning yashash xususiyatlaridan asosiysi boʻlib, moddalar orasidagi oʻzaro munosabat, bir-biri bilan aloqa va bir-biriga taʼsir vositasidir. Yaʼni, bir modda oʻzining biror xususiyati bilan ikkinchi moddaga oʻz taʼsirini koʻrsatadi, ikkinchi modda tomonidan bu taʼsir qabul qilib olinadi yoki qaytariladi va hokazo. Buni tirik vujuddagi mayda hujayralarning bir-biriga oʻzaro taʼsirida ham koʻrishimiz mumkin. Shu boisdan bu xildagi oʻzaro informatsiya almashish tabiatda ham, hayvonot dunyosida ham mavjuddir. Xulosa qilib aytganda, informatsiya moddaning yashash tarzi, xususiyatidan kelib chiquvchi hosiladir. Informatsiya tabiatda yorugʻlik, issiqlik va sovuqlik, nurlanish, hid, harakat va boshqa shakllarda mavjud boʻlib, hayvonot olamida esa bularga tovush shakli ham qoʻshiladi.

Inson faoliyatida informatsiya gʻoyat muhim rol oʻynaydi. U insonning dunyoni bilish, tajribaga ega boʻlishdagi asosiy vositasidir. Kibernetika fanining asoschisi, mashhur olim Norbert Viner bu haqda: “Inson oʻzini oʻrab olgan olamni oʻz his-tuygʻu organlari orqali qabul qilib oladi. Informatsiya — odamning tashqi dunyoga moslashuvi jarayonida undan olgan maʼnoning ifodasidir. Haqiqiy hayot — haqiqiy informatsiya olish bilan bogʻliqdir”, — degan edi². Inson oladigan informatsiya tabiatdagi shakl, hajm, rang, nur, issiqlik, sovuqlik, hid va boshqa vositalardan tashqari koʻrish (tasvir) va eshitish (tovush) kabilardan iborat boʻladi. Tasvir informatsiyasiga hayotni koʻrishdan tashqari maxsus vositalar — telekoʻrsatuvlar, kinofilmlar, koʻrgazmalar, shuningdek, gazeta, jurnal hamda kitob

² Винер Н. Кибернетика и общество. М., 1958, С.31.

(bosma soʻz), ogʻzaki informatsiya turlariga esa radio, muzika, suhbat, maʼruza, yigʻilishlar kiradi. Inson oladigan informatsiyalarning turlari ham bizni oʻrab turgan olam kabi xilma-xildir. Inson oddiy, kundalik turmush informatsiyasidan tashqari maʼlum sistemaga solingan informatsiyalar orqali ish koʻradi. Bularga taʼlimiy-tarbiyaviy informatsiya, kasbiy informatsiya, ilmiy informatsiya, iqtisodiy informatsiya, badiiy-estetik informatsiya, diniy informatsiya va boshqalar kiradi. Jamiyatni boshqarishda esa oʻziga xos turdagi informatsiyalar — ijtimoiy-siyosiy informatsiya, xalqaro informatsiya, harbiy informatsiya, maxfiy informatsiya va boshqa turlari qoʻllaniladi. Bu informatsiyalar orasida ijtimoiy informatsiya alohida oʻrin tutadi. Ijtimoiy informatsiya jamiyat uchun jamiyat haqida informatsiya yetkazishdan iboratdir. Bu ijtimoiy ongning faoliyat koʻrsatishida, jamiyat boshqaruvida hamda insonni jamiyat bilan jamiyatni esa insonlar bilan bogʻlab turishda asosiy xizmatni bajaradi. Ijtimoiy informatsiya inson ongini oʻstirishda, uning ijtimoiy faoliyatini boshqarib turishda, jamoatchilik fikrini shakllantirishda muhim rol oʻynaydi.

Ijtimoiy informatsiya yigʻish va tarqatishning tarixiy usullari mavjud boʻlib, bu — ommaviy axborot vositalari hali vujudga kelmagan paytlarda xabarchilik, jarchilik, voizlik (notiqlik) va yozma adabiyot orqali amalga oshirilgan. Insoniyat taraqqiy etishi, sivilizatsiyaning paydo boʻlishi bilan ijtimoiy informatsiya yigʻish va tarqatishning telefon, telegraf va boshqa usullari ixtiro qilindi.

Ijtimoiy informatsiya sivilizatsiyaning mevasi boʻlishi bilan birlikda uning taraqqiyotiga ham muhim hissa qoʻshadi. Umuman olganda, ijtimoiy informatsiyaning jamiyat hayoti va taraqqiyotidagi oʻrni beqiyosdir.

Shuni aytish kerakki, jamiyatda hukmron boʻlgan ayrim sinflar, tabaqalar ijtimoiy informatsiya yigʻish va tarqatish borasida oʻz manfaatlari nuqtayi nazaridan yondashib, ijobiy yoki salbiy taʼsir koʻrsatib kelganlar. Yaʼni, hukmron sinflar va tabaqalar ijtimoiy informatsiyadan ommaga maʼlum bir gʻoyaviy taʼsir koʻrsatish vositasi sifatida foydalanadilar. Jumladan, jamiyatda yakka

hukmdorlar mavjud bo'lgan davrda ijtimoiy informatsiya ularning manfaati va siyosatiga moslashtirilgan bo'lsa, ayrim rivojlangan mamlakatlarda ijtimoiy informatsiyadan ko'proq foyda olish yo'lida foydalaniladi. Kommunistik tuzum davrida esa informatsiyadan yakka g'oyaviy hukmronlik o'rnatish uchun foydalanib kelingan edi. Faqat demokratik jamiyatdagina ijtimoiy informatsiya jamiyat taraqqiyoti, keng ommaning manfaati uchun xizmat qilishi mumkin. Milliy mustaqillikka erishgan va demokratik, huquqiy davlat qurish, adolatli fuqaro jamiyati tuzish yo'lidan borayotgan bizning mamlakatimizda ijtimoiy informatsiyaga bo'lgan talab oshdi hamda uni yig'ish va tarqatish imkoniyatlari yanada kengaydi. O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi va hukumat qabul qilgan qator qonunlarda axborot olish, tarqatish borasidagi demokratik huquqlar aniq, ravshan bayon etib berilgan. "Har bir fuqaroning axborot olish huquqi kafolatlanadi. Har kimning axborotni izlash, olish, tadqiq etish, uzatish va tarqatish huquqi davlat tomonidan himoya qilinadi",- deyiladi O'zbekiston Respublikasining "Axborot olish kafolatlari va erkinligi to'g'risida"gi qonunining uchinchi moddasida³.

Ijtimoiy informatsiya yig'ish va tarqatishda boshqa ijtimoiy tashkilotlar qatorida matbuot ham katta rol o'ynaydi. Boshqacha qilib aytganda matbuot, ya'ni ommaviy axborot vositalari ijtimoiy informatsiyani yig'ib, ommaga doimiy ravishda yetkazib turuvchi asosiy vositalardir. Ijtimoiy informatsiya yig'ish va tarqatishda ommaviy axborot vositalarining o'ziga xos ko'rinishi bo'lgan informatsiya agentliklari ham muhim vazifani bajaradi. Umuman olganda informatsiya va matbuot, informatsiya va OAV bir-biri bilan uzviy bog'liqdir. Hozirgi davrga kelib ijtimoiy informatsiya yig'ish va tarqatishning zamonaviy texnikaga asoslangan yangi turlari (kompyuterlar va boshqalar) vujudga kelayotir. Ammo baribir bu borada asosiy vazifani OAV bajaradi.

³ To'rtinchi hokimiyat. O'zbekiston Respublikasining qonunlari, qarorlari va boshqa hujjatlari to'plami. Toshkent.- O'zbekiston, 1998. 58-b.

MATBUOT PAYDO BO'LISHINING IJTIMOIIY – SIYOSIY SABABLARI

Matbuotning paydo bo'lish sabablari matbuot nazariyasidagi eng muhim masalalardan biridir. Zeroki, matbuot paydo bo'lishining ijtimoiy-siyosiy va tarixiy sabablari aniq bilingandagina uning ijtimoiy tabiatini va jamiyat hayotidagi rolini aniq mushohada etish mumkin.

Matbuotning paydo bo'lish sabablari to'g'risida turli xil qarashlar mavjuddir. Dunyoning yetakchi matbuotshunos olimlari matbuotning kelib chiqish sabablarini kishilarning informatsiyaga, yangiliklarni bilib turishga bo'lgan ehtiyoji bilan bog'laydilar. Masalan, AQSHda jurnalistika sohasidagi asosiy nazariy asar hisoblangan “Matbuotning to'rt nazariyasi” deb nomlangan kitobda shunday fikr bayon qilingan. Uning mualliflari F.Sibert, Piterson va U. Shrammlar matbuotning vazifasini “xabardor qilish, yangilikni sotish va o'quvchilarning ko'nglini ochish”dan iborat, deb ta'riflaydilar va uning paydo bo'lishida insoniyatning informatsiyaga bo'lgan ehtiyoji asosiy rol o'ynagan, deb ta'kidlaydilar. Rim universitetining professori F.Fatorelloning “Informatsiyaning ijtimoiy texnikasi” deb nomlagan asarida ham yuqoridagi fikr olg'a suriladi. Marksizm-leninizm tarafdorlari esa matbuotning kelib chiqish sabablarini jamiyatdagi g'oyaviy qarama-qarshiliklar, sinfiy kurash natijasidir, deb ko'rsatadilar. Ularning fikricha matbuot sinfiy jamiyatda, iqtisodiy va siyosiy munosabatlarning, sinfiy qarama-qarshilikning kuchayishi bazasida vujudga kelgan va sinflar qo'lida g'oyaviy ta'sir etish vositasi, sinfiy kurash quroli bo'lib xizmat qiladi, deb ta'kidlanadi. Xo'sh, bu fikrlarning qaysi biri to'g'ri? Matbuot paydo bo'lishining tub sabablari nimalardan iborat?

Matbuot paydo bo'lishining tub sabablari avvalo insoniyat jamiyati tarixi, taraqqiyoti bilan bog'liqdir. Matbuot tarixning tabiiy mahsulidir, uni insoniyatning tarixi, hayoti, taraqqiyotidan ajratib bo'lmaydi. Matbuotning paydo bo'lishining tub sabablari kishilikning ilk davrlariga borib taqaladi. Insonlarning bir-biri bilan o'zaro muloqatda bo'lish, bir-birlariga biron tushunchani

yetkazish ehtiyoji avvalo tilning paydo bo'lishiga, so'zning vujudga kelishiga sabab bo'lganligi ma'lumdir. Keyinchalik esa jamiyat, inson tafakkurining taraqqiyoti bilan yozuv paydo bo'ldi, bu esa o'z navbatida bosma so'z — matbuotning kelib chiqishiga sabab bo'ldi. Bunda, albattaki, kishilarning informatsiyaga bo'lgan ehtiyoji asos bo'ldi.

Ammo matbuot o'z-o'zidan, shundayicha paydo bo'lib qolmadi. Garchi insoniyatning informatsiyaga bo'lgan ehtiyoji matbuotning paydo bo'lishi uchun asos, poydevor bo'lgan bo'lsa-da, uning paydo bo'lishida yana qator ijtimoiy, iqtisodiy, ma'naviy va tarixiy sabablar, ehtiyojlar ham mavjuddir. Matbuot avvalo insoniyat sivilizatsiyasining qonuniy mahsuli va uni taraqqiy ettiruvchi muhim omillardan biridir. Davriy matbuot jamiyat taraqqiyotining shunday bir bosqichida vujudga keladiki, bunda:

a) yozuv paydo bo'lgan va rivojlangan bo'lishi kerak;

b) aholining ko'pchilik qismi savodxon bo'lishi kerak;

v) matbuotning texnikaviy asosi yaratilgan, bosma dastgoh va boshqa zarur asboblarni ishlab chiqilgan bo'lishi kerak;

g) jamiyatdagi hukmron va boshqa guruhlar, tabaqalar bosma so'z vositasi bilan siyosiy, iqtisodiy, ma'naviy manfaat ko'rish ehtiyojini sezgan bo'lishi kerak. Ya'ni, jamiyatdagi mavjud sinf, tabaqa, guruhlar yoki shaxslar xalq ommasiga o'z g'oyaviy ta'sirini o'tkazish, ommaga o'z fikri, g'oyalarini bildirish uchun matbuotdan foydalanish ehtiyojini sezishi kerak. Shu bilan birlikda matbuot nashrlari chiqarib, sotib mablag' orttirish, foyda olishdan iborat bo'lgan iqtisodiy ehtiyoj ham mavjud bo'lishi mumkin. Ana shu ijtimoiy-siyosiy, ma'naviy va iqtisodiy tarixiy ehtiyojlar matbuotning paydo bo'lishiga, uning nashrlari, ommaviy axborot vositalarining bevosita tashkil topishiga sabab, turtki bo'lib xizmat qiladi. Xulosa qilib aytganda, insoniyatning informatsiyaga bo'lgan ehtiyoji matbuotning paydo bo'lishida asos, bosh ehtiyoj bo'lgan bo'lsa-da, kishilik jamiyatida paydo bo'lgan ijtimoiy-siyosiy, ma'naviy va iqtisodiy ehtiyojlar uning bevosita vujudga kelishida turtki bo'lgan. Kishilik jamiyati tarixidagi ilk nashrlardan tortib to hozirda faoliyat ko'rsatib kelayotgan barcha matbuot nashrlari, ommaviy axborot vositalari

fikrimizning dalili bo`la oladi. Masalan, eramizdan oldingi I asrda Rim imperatori Yuliy Sezar tomonidan chiqarilgan ganchdan yasalgan maxsus taxtachalar matbuotning ilk kurtaklari sanaladi. Bular “Actus Senatus” (“Senat voqealari”) va “Actus populi Romani” (“Rim xalqi hayotiga doir voqealar”) deb atalib, ularda o`sha davr hokimiyatining oliy boshqaruv idorasi bo`lgan senat yig`ilishi haqidagi xabarlar va Rim xalqi hayotiga doir voqealar yozilar va ular odamlar o`qishlari uchun shaharning govjum joylariga qo`yib qo`yilardi. Bu gips taxtachalar garchi o`sha davr odamlariga turli informatsiyalar yetkazib bersa-da, uning chiqarilishiga sabab Rim imperiyasi hukmdorlarining o`z qarashlarini ommaga yetkazish, unga g`oyaviy ta`sir ko`rsatib turishdan iborat bo`lgan ijtimoiy-siyosiy ehtiyoji bo`lgan edi. Keyinchalik, VIII asrda Xitoyda “Poytaxt yangiliklari” deb atalgan taxtaga o`yib yozilgan gazetalar paydo bo`ldi. Xuddi shunday ilk nashrlar Yaponiyada ham taxtaga o`yilib, “Bosma gazeta” nomi bilan chiqarildi. Mazkur nashrlar ham kishilarga yangiliklar yetkazib berish bilan birlikda o`sha mamlakatlar hukmdorlarining ijtimoiy-siyosiy qarashlari, manfaatlarini aks ettirgan edi.

Bosma dastgohning ixtiro qilinishi insoniyatning madaniy-ma`naviy taraqqiyotida ulkan qadam bo`ldi va matbuotning keng ko`lamda rivojlanishiga yo`l ochib berdi. XVI asrning o`rtalariga kelib Yevropada bosma dastgoh ixtiro qilindi. (Germaniyada logan Gutenberg kitob bosish uchun qo`llaniladigan ilk uskunalarni yasadi, 1564-yilda esa Rossiyada Ivan Fyodorov tomonidan birinchi bosma kitob - “Аностро́л” nashr etildi). Keyinchalik bunday bosma dastgohlardan ilk matbuot nashrlari — gazetalar nashr etishda foydalanila boshlandi. Yevropada birinchi bosma gazetalar paydo bo`ldi. Bular — 1609-yilda Germaniyada nashr etilgan “Oder saytung”, 1622-yilda Angliyada nashr etilgan “Uikli nyus from”, 1631-yildan fransuz tilida chiqa boshlagan “La-gazeta” boshqalardan iborat edi. Bu gazetalar ommaga informatsiya yetkazib berish bilan birlikda o`sha davr hukmdorlarining siyosatlariga xizmat qilar edi. Rossiyada birinchi bosma gazeta Petr I ning buyrug`i bilan 1702-yildan e`tiboran

chiqa boshlagan “Ведомости” gazetasi bo`lib, u ham podshoni ulug`lash, rus imperiyasini mustahkamlash uchun xizmat qildi. Turkistondagi birinchi bosma gazeta 1870–yildan Toshkentda chiqarila boshlangan “Туркестанские ведомости” va uning o`zbek tilidagi ilovasi “Turkiston viloyatining gazetasi” bo`lib, bu nashr ham o`lkani Rossiyaga tobe qilib saqlashda chor podshosining ijtimoiy-siyosiy manfaatlarini uchun xizmat qildi. Keyinchalik, Amerika, Angliya, Germaniya va boshqa rivojlangan mamlakatlarda chiqarilgan ko`plab nashrlar, vujudga kelgan ommaviy axborot vositalari esa ko`proq iqtisodiy ehtiyojlar natijasi bo`ldi. O`tgan asrning o`rtalaridan vujudga kelgan kommunistik matbuot nashrlari esa kommunistik yakka g`oya hokimligini saqlab turish maqsadida chiqarildi.

O`z milliy istiqboliga erishgan, demokratik, xuquqiy davlat qurish yo`lida borayotgan mustaqil respublikamizda ko`plab matbuot nashrlari va boshqa ommaviy axborot vositalari ish ko`rmoqda. Ular ommaga keng tarzda informatsiya yetkazib bermoqda, shu bilan birlikda mamlakatimiz mustaqilligini mustahkamlash, umuminsoniy qadriyatlarini, milliy mafkurani singdirish maqsadlariga xizmat qilmoqda.

MATBUOT - IJTIMOY ONG KO`RINISHI SIFATIDA

Matbuot nazariyasida uning ijtimoiy ong ko`rinishi sifatidagi xususiyati muhim o`rin egallaydi. Chunki bu xususiyat uning asosiy mohiyatini, ma`nosini ifoda etadi.

Ma`lumki, matbuot ijtimoiy hayotni aks ettirish ko`rinishlaridan biri, real voqelikni bilish, tadqiq etish hamda unga ta`sir ko`rsatishning muhim vositasidir. Matbuotning asosini real voqelik tashkil etadi, u ma`lum bir voqelikni o`zida aks ettiradi, uni o`rganadi, tahlil qiladi hamda unga qaytadan ta`sir ko`rsatadi. Ta`bir joiz bo`lsa matbuotni real voqelikdan qaynab chiqib unga hayotbaxsh oqim sifatida qaytadan quyiluvchi ma`naviy chashmaga o`xshatish mumkin.

Matbuotning falsafiy mohiyati — uning ijtimoiy ong ko`rinishlaridan biri ekanligidadir. Ma'lumki, olamda ijtimoiy borliq va unga mos keluvchi ijtimoiy ong mavjuddir. Ijtimoiy ong o`zida ijtimoiy borliqni aks ettiradi va shu bilan birlikda ijtimoiy borliqning hayotida muhim rol o`ynaydi. Ijtimoiy ong tarkibida mafkura, fan, adabiyot-san`at, ijtimoiy psixologiya va boshqalar mavjud bo`lib, matbuot ham shular qatorida teng huquqli a`zo, ijtimoiy ong shaklini tashkil etadi. U ijtimoiy ongning eng o`tkir va ta`sirchan qismidir. U jamiyat hayotini aks ettirish bilan birlikda o`zida muayyan g`oya va qarashlarni ham ifoda etadi, kishilarga tushuntirish va ishontirish yo`li bilan ana shu g`oyalarni singdiradi, ularni hayotga tatbiq etish uchun kurash olib boradi. Matbuot ijtimoiy ongning boshqa ko`rinishlariga qaraganda borliqqa yaqin turadi, unda yuz bergan har qanday o`zgarishlar avvalo matbuotda o`z aksini topadi. Matbuot ijtimoiy ongning boshqa ko`rinishlaridan juda muhim va qudratli vazifa — jamiyatga g`oyaviy ta`sir ko`rsatish imkoniyati bilan ajralib turadi. Boshqacha qilib aytganda kishilik jamiyatiga ta`sir ko`rsatishda matbuotdan qudratliroq vosita yo`qdir.

Matbuotning ijtimoiy ongning boshqacha ko`rinishlaridan farqi uning serko`lamlilik, ya`ni hartaraflama, har yerda hozir va har narsadan xabardorligidir. Matbuot kishilik jamiyati ijtimoiy hayotining deyarli barcha tomonlarini o`zida aks ettiradi, kishilar faoliyati va jamiyat ijtimoiy hayotining matbuotda o`z aksini topmaydigan biror sohasi yo`q, desa bo`ladi. Ya`ni, matbuot ijtimoiy-siyosiy hayot va faoliyatning hamma tomonlariga doimiy va aktiv ta`sir ko`rsatuvchi g`oyaviy faktordir. Matbuot kishilar hayoti va faoliyatiga doir barcha masalalarni aks ettirar ekan, o`z navbatida turli sohalarga bo`linib ketadi. Jumladan, ijtimoiy-siyosiy hayotning muhim masalalarini yorituvchi ijtimoiy-siyosiy jurnalistika, iqtisodiy hayot va ishlabchiqarishning turli sohalarini ko`rsatib beruvchi iqtisodiy-ishlabchiqarish jurnalistikasi, ilm-fan masalalariga bag`ishlangan ilmiy jurnalistika, hayotni badiiy adabiyot qonuniyatlari bilan yorituvchi hamda badiiy adabiyotga xizmat qiluvchi badiiy jurnalistika, ijtimoiy hayot illatlariga qarshi kurashda satira va yumor qonuniyatlariga asoslanuvchi hajviy

jurnalistika, sport jurnalistikasi, harbiy jurnalistika, bolalar jurnalistikasi kabi sohalar bilan bir qatorda hayotni yoritishda turli texnik vositalaridan foydalanuvchi fotojurnalistika, radiojurnalistika, telejurnalistika kabi xillari ham mavjuddir. Mavzu doirasi hamda hayotni tasvirlash prinsiplari va vositalari jihatidan turli xil bo'lgan bu sohalarining umumiy qonuni — ijtimoiy hayotni aks ettirishdir.

Matbuotning ijtimoiy ong ko'rinishi sifatidagi o'ziga xos xususiyatlaridan biri — uning doimiylikidir. Matbuot nashrlari doimiy ravishda chiqib turadi, teleko'rsatuvlar, radio va ommaviy axborot vositalarining boshqa ko'rinishlari uzliksiz ravishda, har kuni faoliyat ko'rsatadi. Bu ham OAV ning ta'sir kuchini belgilovchi omildir. Binobarin, matbuot ijtimoiy-siyosiy, informatsion faoliyatning doimiy ish ko'ruvchi, serko'lam, hozirjavob, ta'sirchan, jangovar ko'rinishidir, U ijtimoiy hayotni asosan bosma so'z va shuningdek ovoz va tasvir qo'shilmasi vositasida aks ettiradi, uni biladi, tadqiq qiladi va unga qaytadan ta'sir qiladi. Shu bilan birlikda matbuot muayyan jamiyatning g'oya va qarashlarini aks ettiradi, unga xizmat qiladi. U qaysi jamiyatga, qaysi guruhlarga xizmat qilishi bilan jamiyat taraqqiyotiga ikki xil: yo ijobiy yoki salbiy ta'sir ko'rsatadi va tarixiy taraqqiyotni yo tezlashtirish yoki sekinlashtirishga xizmat qiladi. Hamisha ilg'or, taraqqiyparvar kuchlar manfaatini, g'oyalarni o'zida aks ettiruvchi matbuot jamiyat taraqqiyotiga ijobiy ta'sir ko'rsatib, uning sur'atlarini tezlashtirish uchun xizmat qilsa, eskirib qolgan, teskaricha, yakka g'oya hokimligi manfaatlariga xizmat qiluvchi matbuot esa zamon taraqqiyotiga teskari ta'sir ko'rsatadi, taraqqiyot yo'liga g'ov bo'ladi.

Matbuot ijtimoiy ong ko'rinishi sifatida faoliyat ko'rsatar ekan, ijtimoiy ongning markazini tashkil etuvchi mafkura bilan yaqin aloqada bo'ladi, uning xizmatini qiladi. U o'z faoliyati davomida ana shu mafkurani tashkil etishda ishtirok etadi va ma'lum darajada uning tarkibiy qismiga aylanadi. Agarda mafkura umuminsoniy va milliy qadriyatlarni o'zida aks ettirsa uning matbuotga ta'siri ham ijobiy bo'ladi, unga yo'nalish, kuch-qudrat bag'ishlaydi. Aksincha, qotib qolgan, eskirgan g'oyalarga

asoslanuvchi, jamiyat taraqqiyoti talablariga javob heraolmaydigan mafkura esa matbuotning faoliyatiga salbiy ta'sir ko'rsatadi. Yaqin o'tmishimizda hukmronlik qilgan kommunistik mafkura va uning matbuotining inqirozi fikrimizga misol bo'la oladi.

Matbuot ijtimoiy ongning muhim qismini tashkil etuvchi fan bilan ham o'zaro munosabatda bo'ladi. Fan insonning olamni bilishdagi qudratli quroli, inson tafakkurining taraqqiyotiga xizmat qiluvchi buyuk vositadir. Matbuot ham o'z faoliyatida fan bilan uzviy bog'lanib, uning taraqqiyotiga xizmat qiladi, shu bilan birlikda fanning fakt tanlash, tahlil etish, xulosa chiqarish kabi ichki qonuniyatlaridan o'z faoliyatida keng qo'llanadi. Hayot voqealarini ilmiy xolislik bilan tahlil etish, jamiyat uchun kerakli xulosalar chiqarish kabi fanga oid bo'lgan ish usullari matbuot materiallari, publitsistika uchun ham taalluqlidir.

Matbuot ijtimoiy ongning muhim ko'rinishlaridan bo'lgan adabiyot va san'atga yaqin turadi va birgalikda ish olib boradi. U kundalik faoliyatida adabiyot va san'atning muammolarini aks ettirib, ular ravnaqiga xizmat qilish bilan birlikda adabiyot va san'atning hayotni aks ettirish usullaridan keng foydalanadi. Masalan, OAV ning muhim turi bo'lgan teleko'rsatuvlar kino va teatr san'atidan, radio esa muzika san'atidan, hajviy jurnalistika tasviriy san'atning muhim sohasi bo'lgan karikaturadan keng foydalanadi va bu san'at turlari OAV janrlariga aylanib ketadi. Matbuot san'atning muhim tarkibiy qismi bo'lgan adabiyot bilan juda yaqindan aloqada bo'ladi, ba'zan esa o'zaro birlashib ham ketadi. Matbuot bilan adabiyotni bir-biriga yaqinlashtiruvchi eng asosiy narsa - bu so'zdir. Illo, adabiyot ham, matbuot ham asosan so'z vositasida ish ko'radi, hayotni aks ettiradi. Shuning uchun ham matbuot bilan adabiyot bir-biriga eng yaqin, deyarli egizak sohalardir, shu boisdan ham jurnalistika va adabiyotchi, yozuvchi kasbi bir-biriga juda yaqin turadi, ayrim hollarda esa birlashib ketadi. Shu bilan birlikda matbuot bilan adabiyot o'rtasida ma'lum chegara, farq mavjuddir. Adabiyot ijtimoiy hayotni badiiy obrazlar, obrazli so'z yordamida aks ettiradi matbuot esa ijtimoiy hayot voqealarini asosan faktlar, dalillar asosida yoritadi, jamiyat uchun zarur bo'lgan xulosalarni to'ppadan to'g'ri chiqaradi.

Boshqacha qilib aytganda adabiyot — soʻz sanʼati, matbuot esa soʻz sivosatidir. Matbuot bilan adabiyotning oʻziga xosligi yana ularning hayotga taʼsirida ham yaqqol oʻz ifodasini topadi. Adabiyot ijtimoiy hayotni obrazlar orqali tasvirlar ekan hayotga bilvosita, yaʼni oʻquvchilarning his-tuygʻulari orqali taʼsir koʻrsatadi, matbuot esa hayotga ham bilvosita, yaʼni oʻquvchilarda fikr uygʻotish orqali va ham bevosita taʼsir koʻrsatadi. Masalan, hajviy hikoya qahramoni ustidan oʻquvchi faqat kulsa, felyeton qahramoni boʻlgan shaxs bevosita jazolanishi ham mumkin. Demak matbuot ijtimoiy hayot voqealarini faqatgina tasvirlab, tahlil etibgina qolmasdan hayotda oʻzgarish ham yasashi mumkin. Yaʼni, matbuotning ijtimoiy vazifasi adabiyot va sanʼatga qaraganda kengroq boʻlib, u jamiyatning shu kundagi, ayni zamondagi hayoti, mafkurasi, gʻoyalari maʼnaviyatiga xizmat qiladi va adabiyot va sanʼatga qaraganda hayotiyroq masalalar bilan shugʻullanadi. Lekin bundan matbuot hayotni quruq qayd etish, qanday boʻlsa shundayligicha koʻrsatish bilangina ish koʻradi, degan maʼno kelib chiqmasligi kerak. Matbuot ijtimoiy hayot voqealarini oddiyligicha, beehtiros qayd etmaydi, balki butun toʻlaligi bilan, fikrlar majmui, his-tuygʻular bilan aks ettiradi. Matbuot bu vazifani bajarishda adabiyotning turli vositalaridan, chunonchi uning tipiklashtirish, obraz yaratish, syujet va boshqa omillaridan keng foydalanadi. Matbuot bilan adabiyotni bir-biriga bogʻlab turuvchi bir omil, har ikki oʻziga xos ijtimoiy hodisani sintez qiluvchi bir muhim soha borki, u ham boʻlsa — publitsistikadir.

Publitsistika lotincha “Publicis” — ijtimoiy degan maʼnoni bildirib, adabiy-siyosiy ijod turiga aytiladi. Publitsistika ijtimoiy hayotni aks ettirishning alohida bir turi boʻlib, jamiyat hayotining shu kundagi, ayni zamondagi muammolarini oʻzida aks ettiradi va shu kunga, ayni zamonga xizmat qiladi. Boshqacha qilib aytganda publitsistika shu zamon muammolarini shu zamon kishilariga yetkazish, shu zamon muammolariga jamoatchilik fikrini uygʻotish maqsadiga xizmat qiluvchi ijod turidir. Publitsistikaning ijodiy tarkibida fan, adabiyot, siyosat mavjud boʻlib, u bularning umumiy sintezidan tashkil topadi. Publitsistika adabiyot va

san'atda ham keng ifoda etiladi, ammo uning keng va bemaolol ish ko'radigan maydoni — matbuotdir. Publitsistikada ma'lum darajada ilmiylik ham mavjuddir, chunki u hayot faktlari, voqealarini aks ettirish, ularni tahlil qilish va tegishli xulosalar chiqarishda mantiqiy muhokamadan ham foydalanadi. Publitsistika badiiy adabiyotdan esa syujet, kompozitsiya, obrazlilik, tip va obrazlar yaratish, badiiy to'qimalardan foydalanish kabi ijodiy vositalardan foydalanadi. Bu vositalarning hammasi publitsistikadagi asosiy maqsadga, aytilmoqchi bo'lingan fikr, chiqarilmoqchi bo'lgan publitsistik xulosalarga xizmat qiladi.

Publitsistika xuddi jurnalistika singari o'z navbatida turli turlarga, xillarga bo'linib ketadi: ijtimoiy-siyosiy publitsistika, ilmiy publitsistika, adabiy-badiiy publitsistika, hajviy publitsistika va boshqalar. Publitsistika janr nuqtayi nazaridan esa uchga — informatsion, tahliliy va badiiy publitsistikaga bo'linadi.

Shunday qilib, ijtimoiy ongning ko'rinishlaridan biri bo'lgan matbuot yuqorida keltirilgan ijtimoiy-ijodiy vazifalarni bajaradi va jamiyat hayotida g'oyat muhim o'rin tutadi.

O'z istiqloliga erishgan respublikamiz hayotida matbuotning o'rni va ahamiyati tabora oshib bormoqda. O'zbek matbuoti jamiyatimiz ijtimoiy ongining muhim bir bo'lagi sifatida uning rivojida, milliy mafkura va ma'naviy qadriyatlarimizni kamol toptirishda, kishilarimiz ongida yangi zamoniga mos o'zgarishlar, yangicha tafakkurning mustahkam o'rin olishida faol ishtirok etmoqda.

MATBUOTNING TARIXIY KO'RINISHLARI

Insoniyat tarixida matbuotning paydo bo'lganiga uncha ko'p vaqt bo'lgani yo'q. Matbuotning dastlabki kurtaklari garchi eramizdan oldingi davrlarda paydo bo'lgan bo'lsa-da, bular ayrim misollargina bo'lib, to'la ma'nodagi matbuot deyish qiyin. Shu boisdan hali matbuot bo'lmagan, ommaviy axborot vositalari shakllanmagan davrlarda uning funksiyalarini boshqa ijtimoiy usullar — jarchilik, xabarchilik, notiqlik, publitsistikaning vazifasini esa yozma adabiyot bajarib kelgan edi.

Ammo zamon taraqqiyoti, insoniyat tarixining yangi bosqichlari, ayniqsa, kishilik jamiyatida madaniy hayot – sivilizatsiyaning vujudga kelishi uning oldiga juda ko'p ijtimoiy talablar qatorida matbuot masalasini ham ko'ndalang qilib qo'ydi. Ijtimoiy informatsiyaga bo'lgan ehtiyoj va boshqa ijtimoiy-siyosiy, iqtisodiy, ma'naviy, tarixiy sabablar turtki bo'lib, dastlabki matbuotning ko'rinishlari paydo bo'la boshladi. Matbuot dastlab qo'lyozma varaqalar shaklida paydo bo'ldi. Jumladan, XVI asrda Venetsiyada dastlabki qo'lyozma varaqalar kelib chiqdi. Ular "gatsetta" degan italyan tangasiga sotilganligi sababli "gazeta" deb nom oldilar. Xuddi shu davrda Rossiyada Ivan Grozniy hukmronligi davrida "Слово" degan qo'lyozma varaqalar chiqarila boshlandi. Ularda rus hukmdorining markazlashgan rus davlatini tuzish, o'z hukmronligini mustahkamlash borasida olib borgan siyosati o'z aksini topgan edi. Keyinchalik Rossiyada "Куранты" degan qo'lyozma gazetalar chiqarila boshlandi, ularda Yevropa va boshqa mamlakatlardan olingan yangiliklar yoritilar edi. Bu orada bosma dastgohning ixtiro qilinishi kitoblar bilan bir qatorda bosma gazetalarining ham paydo bo'lishiga olib keldi. Biz Yevropada chiqqan birinchi bosma gazetalar – "Oder saytung", "Uikli Nuys from", "La-gazeta" va boshqalar haqida oldinroq to'xtalib o'tgan edik. Rossiyada birinchi bosma gazeta Petr I tomonidan 1702–yilda chiqarilgan "Ведомости" bo'ldi. Turkistonda tashkil topgan ilk gazeta – 1870–yildan chiqarila boshlangan "Туркестанские ведомости" gazetasi va unga ilova sifatida chiqarilgan "Turkiston viloyatining gazetasi" edi.

Matbuotning dastlabki davr faoliyati shuni ko'rsatadiki, bu davrda aksariyat matbuot nashrlari o'sha davr hukmdorlari tomonidan chiqarilib, ularning manfaatlari uchun xizmat qilgan. Ya'ni, bu matbuot nashrlari kishilarning informatsiyaga bo'lgan ehtiyoji bilan birlikda o'sha zamon hukmdorlarining ijtimoiy-siyosiy ehtiyojlari natijasida vujudga kelgan. Jahon matbuotshunosligi yakka shaxslar hukmronligini qo'llab-quvatlovchi bunday matbuotni avtoritar matbuot deb nomlaydi. Bu davr matbuotining ijobiy tomoni shundaki, bunday matbuot nashrlarining chiqishi insoniyat tarixi uchun butunlay yangilik

bo'ldi, kishilar dastlabki gazetalar orqali dunyo voqealaridan bahramand bo'ldilar, madaniy-ma'rifiy hayot biroz bo'lsa-da jonlandi. Ammo bu nashrlar asosan yakka hukmdorlar manfaatini himoya etganligi boisidan ma'lum darajada cheklangan matbuot bo'ldi.

Zamon taraqqiy etishi bilan yangi ijtimoiy voqealar, o'zgarishlar sodir bo'ldi. XVII-XVIII asrlarda bo'lib o'tgan inqilobiy hodisalar tufayli Yevropaning qator mamlakatlarida yakka hukmronlik tugatilib, o'rniga yangi, ancha ilg'or tartiblar o'rnatildi. Tarix sahnasiga burjuaziya deb atalgan ishbilarmon sinf chiqdi. Savdo-sotiq rivojlandi, fan-texnika taraqqiy etdi, shu jumladan poligrafiya sanoati ham o'sdi, takomillashdi. Bu davrga kelib matbuot to'la ma'noda shakllandi, yer yuzidagi juda ko'p mamlakatlarda ko'plab gazeta va jurnallar chiqarila boshlandi. Matbuot yangi sinfga ikki tomonlama qo'l kela boshladi: burjuaziya o'z matbuoti orqali eskirgan feodal tartiblarni tanqid qilib, ularni ag'darib tashlash uchun xalq ommasini o'z tarafiga chorladi, keyin, hokimiyatni egallagandan keyin esa undan o'z hokimiyatini mustahkamlash uchun foydalandi. Ikkinchi tomondan bu davrga kelib matbuot ham boshqa korxonalar singari foyda olish, iqtisodiy manfaat ko'rish manbaiga aylandi. Bu esa matbuotchilikning beqiyos o'sishiga olib keldi. Yangi, rivojlangan matbuotning paydo bo'lishi sivilizatsiyaning yanada taraqqiy etishi, ijtimoiy fikrning shakllanishida muhim rol o'ynaydi. Yevropa va Rossiyada ilg'or, taraqqiyparvar matbuot nashrlari paydo bo'ldi. Rossiyada genial rus shoiri A.S.Pushkin tomonidan nashr etilgan "Современник" jurnali, Gersen, Chernishevskiy, Nekrasov va boshqa mutafakkir adiblar tomonidan chiqarilgan gazeta va jurnallar ilg'or, taraqqiyparvar rus ijtimoiy fikrining o'sishida muhim rol o'ynadi, XX asrning boshlariga kelib Turkistonda ham milliy uyg'onish matbuoti vujudga keldi. Bu davrning ilg'or fikrli ziyolilari - jadidlar tomonidan chiqarilgan "Taraqqiy", "Xurshid", "Sadoyi Turkiston", "Sadoyi Farg'ona", "Najot", "Samarqand", "Hurriyat" kabi gazetalar, "Oyna", "Chayon" kabi jurnallar Turkiston xalqlari ma'naviy tarixida g'oyat katta o'rin egalladi. Atoqli o'zbek adiblari, jurnalistlaridan

M. Behbudiy, M. Abdurashidxonov, H. Niyoziy, A. Avloniy, Cho'lon, I. Obidov, I. Tohiriy va boshqalar mazkur nashrlarning asoschilari bo'ldilar va o'z asarlari bilan Turkistonda ozodlik, mustaqillik g'oyalarning vujudga kelishi va rivojlanishida katta xizmat qildilar. Jahon matbuotshunoslari bu davr matbuotini erkin dunyo matbuoti deb nomladilar. Mazkur matbuot o'zidan oldingi avtoritar matbuotga nisbatan "yirik shaxslar matbuoti" bo'ldi.

Bu davr matbuoti ommaga juda ko'p sohada ijtimoiy informatsiya yetkazib berdi, u birinchi bor o'z funksiyasini to'la bajara boshladi, ya'ni, erkin matbuotga, to'rtinchi hokimiyatga aylana boshladi. Ammo bu davrda chiqarilgan yana bir turdagi matbuot nashrlari o'z oldilariga ko'proq iqtisodiy foyda olish maqsadini qo'yganligi boisidan matbuotda turli shov-shuvli yangiliklar ketidan quvish, o'zaro raqobat, reklama va e'lonlarga keng o'rin berish boshlandi. Matbuotning pulga, kapitalga qaramligidan kelib chiquvchi bu salbiy xususiyat ko'pgina matbuot nashrlarida hozirgacha davom etib kelmoqda.

XIX asrning o'rtalarida Yevropada ilmiy kommunizm ta'limoti ijtimoiy ong maydoniga chiqdi. Bu ta'limot jahon taraqqiyoti uchun butunlay yangilik bo'lgan maqsad va vazifalarga — mavjud tuzumni ag'darib ishchi-proletarlar diktaturasini o'rnatish va shu vosita orqali xalqni farovon hayotga erishtirish — kommunizm jamiyati qurish shiorini oldinga surdi. Ko'p o'tmasdan bu ta'limotga xizmat qiluvchi matbuot nashrlari paydo bo'ldi. XIX asr oxirlarida Rossiyada ham marksizm ta'limoti yoyildi va shu yo'nalishdagi nashrlar chiqarila boshlandi. 1917-yilning oktyabrda yuz bergan o'zgarishdan so'ng Rossiyada hukumat bolsheviklar qo'lga o'tdi va kommunistik mafkura yakka hukmron bo'lib qoldi. Butun Rossiya va qo'shni mamlakatlardagi kabi Rossiyaning mustamlakasi bo'lgan Turkistonda ham mavjud, erkin matbuot tugatilib, uning o'rini kommunistik matbuot nashrlari egalladi. Bu matbuot garchi bolshevistik g'oyalarga tayangani, hukumat tomonidan qo'llab-quvvatlanganligi boisidan ancha ommalashgan bo'lsa-da, yakka g'oyaviy hukmronlikka asoslangan mafkuraga xizmat qilishi tufayli bir tarafdama va cheklangan matbuot bo'ldi va oxir oqibat inqirozga yuz tutdi. Bu

matbuotning kuch-qudrati uning sinfiyligida bo`lib, zaifligi ham shundan kelib chiqar edi. Shu boisdan insoniyat bu, zo`ravonlikka asoslangan tuzum va uning biryozqlama matbuotini, ideologiyasini rad etdi.

XX asrning oxirlariga kelib kommunistik tuzumning inqirozga uchrashi natijasida boshqa qator mamlakatlar qatorida O`zbekiston ham o`z milliy mustaqilligiga erishdi, Rossiyaning milliy asoratidan qutilib, o`z davlati, o`z milliy mafkurasi, o`z matbuotiga ega bo`ldi. Mustaqil O`zbekiston matbuoti qisqa davr ichida ham son, ham sifat jihatidan o`sdi, takomillashdi. Demokratik jamiyat, huquqiy davlat tuzish yo`lidan borayotgan O`zbekiston matbuoti jahon demokratik matbuotining tarkibiy qismiga qo`shilib bormoqda. Matbuotimiz xalqimizga keng jabhada ijtimoiy informatsiya yetkazib berish bilan birlikda, uni milliy mustaqillik ruhida tarbiyalashga, mamlakatimizda ijtimoiy-iqtisodiy islohotlarning muvaffaqiyatli amalga oshishida ko`makchi bo`lib xizmat qilmoqda. O`zbekiston Respublikasining 1997–yilda qabul qilingan “Ommaviy axborot vositalari to`g`risida” va shu yili qabul qilingan “Jurnalistik faoliyatni himoya qilish to`g`risida”, “Axborot olish kafolatlari va erkinligi to`g`risida”gi qonunlar matbuotimiz faoliyatida muhim rol o`ynamoqda. O`zbekiston matbuoti jahonning erkin, demokratik matbuoti tasnifida o`zining munosib o`rnini egallamoqda.

MATBUOT ERKINLIGI VA UNING MOHIYATI

Matbuot nazariyasida matbuot erkinligi masalasi ham muhim o`rin tutadi. Chunki bu muammo ham matbuotning mohiyatini, uning jamiyat hayotidagi o`rnini belgilaydi. Matbuot erkinligi – so`z erkinligi, shaxs erkinligi, vijdon erkinligi singari siyosiy huquqlardan biri bo`lib, matbuotning erkin faoliyat ko`rsatishi, kishilarning matbuotdan erkin foydalana olishi, unda fikr va tuyg`ularini ifoda eta olishi erkinligi, informatsiya yig`ish va tarqatish erkinligidir. Matbuot erkinligi masalasi matbuot paydo

bo'lgandan beri mavjud bo'lib, turli jamiyatda turlicha hal etib kelinmoqda.

Erkinlik so'zining tub ma'nosi har qanday to'siq, g'ov, monelik va shu kabilardan holi bo'lish, bemalollik, mustaqillik, ozodlik degan ma'noni beradi. Ammo erkinlik aslida anglangan zaruriyatdir. Ya'ni, inson o'z oldida turgan tarixiy, iqtisodiy, siyosiy zaruratni anglab yetgandagina erkin bo'ladi, erkin fikrlay oladi. Matbuot erkinligi ham ana shunday xususiyatga egadir. Ya'ni, jamiyat taraqqiyotiga, uning qonuniyatlariga javob beruvchi matbuotgina erkin matbuot bo'ladi. Jamiyat taraqqiyotining bosh masalalarini chuqur tushungan, unga javob bera olgan jurnalistgina erkindir. Buning aksicha, eskirgan, o'z umrini yashagan ijtimoiy tartiblar va qarashlarga xizmat qiluvchi jurnalist erkin bo'la olmaydi.

Matbuot erkinligining uch asosi mavjud bo'lib, bular - uning ijtimoiy-siyosiy, iqtisodiy va ma'naviy asoslaridir. Matbuot erkinligining ijtimoiy-siyosiy asosi muayyan jamiyatdagi matbuotning qaysi ijtimoiy borliqda, qanday tuzumda faoliyat ko'rsatishi, qaysi ijtimoiy ongning ko'rinishi ekanligi, qaysi maskura va g'oyalarga xizmat qilishidan kelib chiqadi. Matbuot erkinligining bu bosh asosi uning huquqiy imkoniyatlari bilan ifodalanadi. Ya'ni, har bir jamiyat, har bir tuzum matbuot erkinligini huquqini belgilar ekan, uning faoliyatini ma'lum qonunlar, ko'rsatmalar, bu borada olib boriladigan siyosat bilan belgilab qo'yadi. Matbuot erkinligining iqtisodiy asosi esa matbuot nashrlari va ommaviy axborot vositalarining kim tomonidan, qaysi mablag'lar evaziga chiqarilishi bilan bog'liqdir. Ya'ni, matbuot kimning mablag'i evaziga, iqtisodiy qo'llashi natijasida chiqsa o'sha uchun erkin bo'ladi. Matbuot erkinligining ma'naviy asosi esa uni chiqarayotgan shaxs, guruh, unda ishlovchi jurnalistlarning dunyoqarashi, e'tiqodi, maslak va maqsadi bilan bog'liqdir. Yuksak ma'naviyat, chuqur e'tiqodli, insoniyat oldidagi, jamiyat oldidagi o'z mas'uliyatini chuqur anglab olgan, umuminsoniy va milliy qadriyatlarga xizmat qiluvchi, ezgulikka intiluvchi jurnalist doimo erkin bo'ladi. Buning aksicha, qoloq, qotib qolgan

tushunchalar, aqidalar asosida va boshqa maqsadlar yo`lida xizmat qiluvchi jurnalist esa hech qachon ruhan erkin bo`la olmaydi.

Matbuot erkinligi masalasi matbuot paydo bo`lgan paytdan boshlab mavjuddir va turli davrlarda turlicha hal etib kelingan. Matbuotning ilk davri bo`lmish va yakka hukmdorlar tomonidan chiqarilgan avtoritar matbuot keng omma uchun erkin bo`la olmadi, xalqning fikr-tuyg`ularini o`zida ifoda eta olmadi. Bu – matbuotning egalari bo`lgan yakka hukmdorlar manfaatiga zid edi. Shu boisdan ana shu davrdayoq matbuot erkinligi talabi paydo bo`ldi. Yangi o`sib chiqayotgan taraqqiyparvar kuchlar o`zlari uchun, o`z fikrlarini erkin bayon etish uchun matbuot erkinligi talab qildilar. Buning yaqqol misoli sifatida XVII-XVIII asrlarda Fransiya, Angliya kabi mamlakatlarda yuz bergan inqilobiy voqealar davridagi matbuot erkinligi uchun kurashni keltirish mumkin. Angliyada yashab ijod etgan Jozef Addison, Richard Stil, Fransiyada Kamil Demulen, Jan Pol Marat va boshqa taraqqiyparvar jurnalistlar o`z asarlarida xalq ommasining fikr va tuyg`ularini ifoda etib, matbuot erkinligi uchun kurashdilar. Rossiyada A.S.Pushkin, N.A.Nekrasov, N.G.Chernishevskiy, A.I.Gersen va boshqa ilg`or fikrli, o`z asarlarida xalq ommasining fikr va tuyg`ularini ifoda etgan adiblar, publitsistlar chor hukumati tomonidan doimiy ravishda matbuotni o`z taqibi ostida olib kelgan senzuraqa qarshi kurashib keldilar. Asrimizning boshida Turkistonda vujudga kelgan jadid matbuoti namoyandalari ham mustamlakachi chor hukumatining matbuot erkinligi borasidagi qattiq zulmiga qarshi chiqqan edilar.

«Hozirda ijtimoiy kalom, matbuot uchun berilgan hurriyatlar to`shak ustida, og`ziga suv tomizilib turilgan og`ir xastadek ekanini tilsiz va ko`r tabiblar ham tasdiq eturlar»,–deb yozgan edi “Taraqqiy” gazetasining muharriri I.Obidov gazetaning 1-sonida bosilgan “Biz musulmonlarni hurriyatda haqlari bormi? Yo`q! Qarindoshlar, yuz marta yo`q!” sarlavhali publitsistik maqolasida⁴. Bu davrda matbuotda ishlab, publitsistika sohasida ijod qilgan M.Behbudiy, M.Abdurashidxonov, H.Niyoziy, A.Avloniy va

⁴ “Taraqqiy” gazetasi, 1906, 14-iyun

boshqalar ham chor Rossiyasi general-gubernatorligining matbuot erkinligidan mahrum qiluvchi siyosatiga qarshi keskin fikrlar aytgan edilar.

Keyinchalik, dunyodagi qator rivojlangan mamlakatlarda hokimiyat o'zgarib burjuaziya hukmronligi boshlangach, matbuot erkinligi nisbatan kengaydi. Bu davrda chiqqan matbuot nashrlarida informatsiya olish va tarqatish yaxshilandi, kishilarning matbuotdan foydalanish imkoniyatlari ancha oshdi. Umuman olganda burjuaziya matbuoti erkin matbuot deb nom oldi. Bunda ma'lum darajada haqiqat bor edi. Burjua hukumatlari matbuot haqidagi o'z qonunlarida matbuotni hamma uchun erkin, deb e'lon qildilar, bu qonun ma'lum darajada amalga oshdi, iqtisodiy jihatdan imkoniyati bor shaxslar, guruhlar uchun matbuot nashrlari chiqarish, informatsiya yig'ish va tarqatish erkinligi paydo bo'ldi. Shu bilan birlikda burjua matbuotida erkinlikning iqtisodiy asosi keng ahamiyatga ega bo'la borganligi boisidan matbuotning kapitalga qaramligi ham oshdi, matbuot erkinligi undan hohlagancha foydalanish erkinligiga, boylik orttirish erkinligiga aylana bordi. Matbuotda shov-shuvli, "oldi-qochdi" materiallarga, reklama va e'lonlarga haddan tashqari keng o'rin berila boshlandi. H.H.Niyoziyning o'sha davrda yozgan "Gapur" she'ridagi:

Qo'y ondin-mundin xabar, e'lon kerosin yoyma ko'p,

Ismi jurnoli kitob, yaxshi ro'monlardan gapur,

kabi misralar "Sadoyi Farg'ona" gazetasida juda ko'plab bosiladigan reklama va e'lonlarni tanqid qilishga bag'ishlangan edi⁵.

1917-yil ioktyabr o'zgarishidan keyin hukmronlikni o'z qo'liga olgan bolsheviklar partiyasi matbuot erkinligi masalasiga sinfiy nuqtayi nazardan yondashishini e'lon qildi va bu borada bir yoqlama, sinfiy-partiyaviy zo'raonlikdan iborat siyosatni o'tkaza boshladi. Bolsheviklarning buyrug'i bilan Rossiya, unga qaram bo'lgan boshqa o'lkalarda o'sha davrgacha mavjud bo'lgan barcha matbuot nashrlari yopildi, bosmaxonalar musodara qilindi va

⁵ "Sadoyi Turkiston" gazetasi, 1914. 20-may.

ularning o'rniga faqat kommunistik partiyaning nashrlari chiqarila boshlandi. V. I. Lenin "G. Myasnikovga xat" va boshqa asarlarida matbuot erkinligini faqat sinfiy nuqtayi nazardangina hal etish mumkinligini ko'rsatib berdi va kommunistik ta'limotga to'g'ri kelmaydigan har qanday qarashlar, fikrlarni matbuotda e'lon qilinishi mumkin emasligini ta'kidladi. Matbuot "faqat proletarlar va keng mehnatkash omma" uchungina erkin deb e'lon qilindi va kommunistik partiyaning siyosatiga mos tushmaydigan har qanday g'oya va fikrlar, milliy, diniy va boshqacha qarashlar man etildi, matbuot yakka g'oyaviy hukmronlik quliga aylantirildi. Bu holat o'lkamizda yetmish yildan ko'proq davr mobaynida hukm surib keldi. Bu qonunga bo'ysunmagan yoki o'zicha, erkin fikrlashga uringan qator adiblar, jumladan A. Qodiriy, Cho'lpon, Fitrat va boshqa necha yuzlab jurnalistlar, publitsistlar jismonan yo'q qilindi, siyosiy qatog'on etildi.

O'z milliy mustaqilligiga erishgan, demokratik va huquqiy davlat, adolatli fuqarolar jamiyati tuzish yo'lidan borayotgan respublikamizda matbuot erkinligi masalasi hal etilgan. O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasining 67-moddasida "Ommaviy axborot vositalari erkindir va qonunga muvofiq ishlaydi. Senzuraga yo'l qo'yilmaydi", deb yozib qo'yilgan. Matbuot erkinligining bu ijtimoiy-siyosiy va huquqiy asosi yana bir muhim qonun - "Ommaviy axborot vositalari to'g'risida"gi Oliy majlis tomonidan 1997-yil 26-dekabrda qabul qilingan hujjatda yanada oydinlashtirilib, O'zbekiston Respublikasida ommaviy axborot vositalarining erkinligi, har bir fuqaro axborot vositalarida chiqish, o'z fikri va e'tiqodini oshkora bayon etish huquqiga ega ekanligi hamda ommaviy axborot vositalarida tsenzuraga yo'l qo'yilmasligi ta'kidlab o'tiladi. O'zbekistonda bu qonunlarning hayotga tatbiq etilishi, o'zbek matbuotining haqiqiy erkin, rivojlangan matbuot darajasiga etib, jahon erkin matbuotining ajralmas tarkibiy qismiga aylanishi uchun, matbuotimizning qonun chiqaruvchi, ijro va sud hokimiyatlaridan keyingi - "to'rtinchi hokimiyat"ga aylanishi uchun qator amaliy tadbir va choralar ko'rilmogda. "Matbuot va axborot vositalarini to'rtinchi hokimiyat sifatida e'tirof etish

huquqiy davlat oyoqqa turishining muhim shartlaridan biridir”, - degan edi O‘zbekiston Prezidenti I.A.Karimov⁶. Bizning matbuotimiz, ommaviy axborot vositalari kishilarning informatsiyaga bo‘lgan ehtiyojlarini qondirishda, milliy mustaqillik, tinchlik, barqarorlik, demokratiya va adolat g‘oyalarini, umuminsoniy va milliy qadriyatlarni ularning ongiga singdirishda, milliy mafkuramizni vujudga keltirishda kuchli faoliyat ko‘rsatib kelmoqda.

Matbuot erkinligi masalasi jamiyat taraqqiyoti bilan birgalikda rivojlanib, takomillashib boradi. Jamiyatimiz taraqqiy etishi, mustaqilligimizning mustahkamlanishi, ijtimoiy-iqtisodiy islohotlarning muvaffaqiyat bilan amalga oshishi jarayonida matbuot erkinligi borasidagi ayrim muammo va nuqsonlar ham o‘z yechimini topib boraveradi.

MATBUOTNING ASOSIY FUNKSIYALARI

Matbuot nazariyasida matbuot funksiyalari masalasi alohida o‘rin tutadi, chunki matbuot funksiyalari uning mohiyatini, asosiy yo‘nalishini tashkil etadi. Funksiya so‘zi lotincha “functio” so‘zidan olingan bo‘lib, bajariladigan yumush, faoliyat degan ma‘noni bildiradi. Matbuotning funksiyalari deganda biz matbuot nashrlari va ommaviy axborot vositalarining doimiy va qonuniylik tusini olgan faoliyatini, uning maqsad va yo‘nalishlarini tushunamiz.

Matbuot funksiyalari xaqida turlicha qarashlar mavjuddir. V.I.Lenin matbuotning funksiyalarini “kollektiv targ‘ibotchi, kollektiv tashviqotchi va kollektiv tashkilotchi”likdan iborat, deb ko‘rsatgan edi. Buta‘rif kommunistik matbuot faoliyatida qonun tusini olib, keng qo‘llanilib kelingan bo‘lsa-da, uning sinfiy-partiyaviylik nuqtayi nazarga asoslanganligi va cheklanganligi

⁶ I.A. Karimov. O‘zbekiston xalqi o‘z yo‘lidan qaytmaydi. Toshkent, “O‘zbekiston”, 1996, 12-b

ko`rinib turibdi. Illo matbuotning vazifasi yuqorida da'vo qilinganidek, faqat biror g'oyani targ'ib va tashviq qilishdan iborat bo`lmagan ommaga xolis, obyektiv ijtimoiy informatsiya yetkazib berishdir. Shunday ekan, matbuotning vazifasini bunday cheklab qo'yish butunlay xatodir. Hozirgi zamon rus matbuotshunosi Ye.P. Proxorov o'zining "Jurnalistika nazariyasiga kirish" ("Введение в теории журналистики", М., 1980) kitobida matbuotning funksiyalarini ijtimoiy, mafkuraviy, madaniy-ma'rifiy va bevosita tashkilotchilik kabilarga bo'ladi.(98-118-betlar). Garchi bu ta'riflarda ma'um bir ilmiy yondashish mavjud bo`lsa-da, mazkur bo`linishni to'la qabul qilish qiyin. Chunki matbuotning vazifasi yuqorida ko`rsatib o'tganimizdek ijtimoiy informatsiya yig'ish va tarqatishdan iborat ekan, bu vazifani o'ta murakkab tarzda, yuqoridagi alfozda bayon etish unchalik to'g'ri emas, deb hisoblaymiz.

Xo'sh, shunday ekan, matbuotning asosiy funksiyalari nimalardan iborat? Unga qanday to'g'ri ta'rif berish mumkin? Biz quyida ana shu asosiy masalani ko'rib o'tamiz.

Biz oldingi mavzularimizda matbuotga bergan ta'rifimizda matbuot ijtimoiy hayotni aks ettirish shakllaridan biri, real voqelikni bilish, tadqiq etish va unga qaytadan ta'sir ko'rsatishning muhim vositasidir, degan edik. Xuddi ana shu ta'rif matbuot funksiyalarini belgilashda ham asos bo'ladi. Demak, matbuotning bosh vazifasi — ijtimoiy hayotni aks ettirish, ya'ni ijtimoiy informatsiya yig'ish va ommaga yetkazib berishdan iboratdir. Matbuot nashrlari va ommaviy axborot vositalari doimiy ravishda jamiyat hayotini yoritish, uni tadqiq qilish va unga qaytadan ta'sir etish vazifasini bajarib keladilar. Bu ta'rifdan shu narsa ko'rinib turibdiki, matbuot funksiyalari bir necha aniqrog'i, uch tarkibiy qismga, qirralarga bo'linadi. Biz bu qismlarni shartli ravishda tasvir, tahlil va ta'sir deb olamiz hamda matbuot funksiyalarini shu nuqtayi nazardan o'rganib chiqamiz.

Yuqoridagi ta'rifdan ko'rinib turibdiki matbuot funksiyalaridan asosiysi, eng muhim qirradi - tasvir. ya'ni ijtimoiy hayotni aks ettirish, xabardor qilishdir. Matbuot nashrlari - gazetalar, jurnallar va ommaviy axborot vositalari - radio, teleko'rsatuvlar,

informatsiya agentliklari bu vazifani avvalo bosma soʻz, soʻng soʻzning ovoz tarzi, soʻz va tasvir birligi vositasida doimiy ravishda bajarib keladilar. Soʻzlar esa hayotdan olingan fakt, voqea, hodisalarni oʻzida ifoda etuvchi xabarga aylanadi. (Xabar – arabcha biror yangilikni yetkazish, maʼlumot berish, degan maʼnoni bildiradi). Koʻpchilik uchun moʻljallangan xabarlarga ommaviy axborot yoki ijtimoiy informatsiya deyilishini biz yuqorida koʻrib oʻtgan edik.

Shuni aytish kerakki, informatsiya, xabar deganda matbuot nashrlarida bosiladigan yoki radio, telekoʻrsatuvlar, informatsiya agentliklari tomonidan beriladigan qisqa xabar tushuniladi. Albatta matbuotning xabardor qilish funksiyasini bajarishda bu kichik janrlar, xabarlar asosiy rol oʻynaydi. Lekin matbuotning bu funksiyasi faqat xabarlar bilan cheklanib qolmaydi, aksincha turli janrlarni ham oʻz ichiga oladi. (Hoh maqola, hoh ocherk, hoh felyeton va boshqalar). Boshqacha qilib aytganda matbuotning tasvir, yaʼni xabardor qilish funksiyasi uning barcha tomonlarini qamrab oladi. Nemis olimi K. Marksning matbuot “har tarafлама, har erda hozir, har narsadan xabardor” degan mashhur soʻzlari avvalo matbuotning ana shu funksiyasida oʻz ifodasini topadi, yaʼni ijtimoiy hayotning matbuotda oʻz aksini topmagan birorta sohasi qolmaydi. Matbuotning tasvir, xabardor qilishlik funksiyasi jamiyat hayotining ham ijtimoiy-siyosiy, ham iqtisodiy-ishlabchiqarish, ham madaniy-maʼnaviy hayotini qamrab oladi.

Demak, tasvir, yaʼni ijtimoiy hayot voqealarini ommaga keng tarzda, toʻla yetkazib berish – matbuotning asosiy funksiyasi, doimiy ravishda bajaradigan eng muhim ishidir. Matbuot nashrlari va ommaviy axborot vositalari - gazetalar, jumllar, radio, telekoʻrsatuvlar, informatsiya agentliklari har kuni, har soatda, har daqiqada ana shu ish bilan shugʻullanadilar. Bu vazifani bajarishda matbuotning turli koʻrinishlari oʻz xususiyatlari va imkonlariga qarab turlicha ishtirok etadilar. Bu borada gazetalar asosiy oʻrin tutadi, har qanday gazeta faoliyatining asosiy qismi, uning sahifalaridagi asosiy oʻrin tasvir, xabardor etishga bagʻishlanadi. Boshqacha qilib aytganda gazetaning asosiy vazifasi shu kunning tarixini butun toʻlaligi bilan aks ettirishdan iboratdir.

Bu funksiyani bajarishda jurnallar ham ishtirok etadilar, ammo jurnallar o'z xususiyatlari bilan (ko'proq muddatlarda chiqishi, ijtimoiy hayotning chuqur qatlamlarini yoritishga mo'ljallanishi va hk.) matbuotning bundan keyin bayon etiladigan funksiyasini kengroq bajaradi, shunga qaramasdan jurnallar faoliyatida ham tasvir funksiyasi mavjuddir. Bu funksiyani bajarishda radio va teleko'rsatuvlar asosiy o'rin egallaydi. Radio xabardor qilishda o'zining hozirjavobligi, tezkorligi, chegara bilmaligi bilan alohida o'rin tutadi. Teleko'rsatuvlar esa ijtimoiy hayot voqealarini bevosita tasvirlash, ya'ni jonli olib ko'rsata olishi bilan muhim o'rin tutadi. Ommaviy axborot vositalarining muhim bir bo'lagi bo'lgan informatsiya agentliklari faoliyatida ham tasvir, ya'ni xabardor qilishlik bosh vazifa hisoblanadi. Jahondagi barcha informatsiya agentliklari har kuni, har soatda, har daqiqada juda ko'p, turli ijtimoiy, dunyo xabarlarini yig'ib, tarqatib turadilar.

Matbuotning tasvir yoki xabardor qilish funksiyasini bajarishda publitsistikaning informatsion, ya'ni xabar beruvchi janrlari asosiy o'rin tutadi. Bularga informatsiya (xabar), kengaytirilgan xabar, reportaj, hisobot, suhbat (intervyu), lavha kabilar kiradi. Publitsistikaning ushbu janrlari asosan ijtimoiy hayotdagi fakt (lotincha factum — qilingan ish) va voqeahodisalarni xabar qilish, tasvirlab, ko'rsatib berish bilan bog'liqdir. Ammo bu funksiya yuqoridagi janrlar bilan cheklanib qolmaydi. Publitsistikaning tahliliy va badiiy- publitsistik janrlari bo'lmish maqola, sharh, ocherk, esse, felyeton, pamflet kabi janrlari ham garchi biror muammo, hayotning chuqurroq qatlamini aks ettirishga mo'ljallangan bo'lsa-da, aslida ularning asosida ham tasvir, xabar berish yotadi. Ommaviy axborot vositalari - radio va teleko'rsatuvlardagi publitsistikaning yuqoridagi janrlari ko'rinishlarida ham tasvir elementi bo'ladi.

Ko'rinib turibdiki, matbuotning tasvir, ya'ni xabardor etishlik funksiyasi uning kelib chiqishiga asos bo'lgan tabiiy funksiyasidir. Ammo bizga ma'lumki, matbuotning kelib chiqishi va faoliyat ko'rsatishida ijtimoiy-siyosiy, iqtisodiy va ma'naviy ehtiyojlar ham muhim rol o'ynaydi. Shunday ekan, jamiyatdagi kuchlar, hukmron sinf, tabaqa yoki guruhlar matbuotning bu funksiyasini

bajarishda ham ma'lum – ijobiy yoki salbiy ta'sir ko'rsatadilar. Masalan, matbuotning ilk davri - avtoritar matbuot nashrlari garchi ommani turli yangiliklardan xabardor qilib turgan bo'lsa-da, bu nashrlar o'zi qaram bo'lgan hukmron shaxsni ulug'lash, uning manfaatlari uchun xizmat qilish bilan shug'ullaganligi boisidan bu funktsiya ma'lum darajada cheklangan edi. Erkin dunyo matbuotida esa matbuotning bu funktsiyasi o'zining eng yuqori darajasiga erishadi, ya'ni bu matbuotning vazifasi xabardor qilish, yangiliklar yig'ish va sotishdan iborat bo'ladi. Erkin dunyo mamlakatlari matbuoti, radiosi, teleko'rsatuvlari, informatsiya agentliklari har kuni har soatda, hatto har daqiqada juda ko'p yangi-yangi xabarlar yig'ib, tarqatib turadi. Buning uchun katta reportyorlar armiyasi, informatsiya yig'uvchilar apparati ish olib boradi. Ammo erkin dunyo matbuotining kapitalga qaramligi, asosiy nashrlar, ommaviy axborot vositalarining ayrim shaxslar, monopoliyalar qo'lida xususiy mulk, foyda olish manbai ekanligidan uning salbiy xususiyatlari ham kelib chiqadi. Matbuot nashrlari, ommaviy axborot vositalari o'rtasidagi o'zaro raqobat, foyda ketidan quvish natijasida gazeta va jurnallar sahifalari, radio eshittirish va teleko'rsatuvlar, informatsiya agentliklari beradigan xabarlarda obyektiv xabarlar bilan bir qatorda sensatsion (oldi-qochdi) materiallar, dezinformatsiya (ataylab teskari informatsiya berish hollari), pornografik (behayo mazmun va ko'rinish)dagi materiallarning ham keng o'rin olishi, reklamaga haddan tashqari ko'p o'rin berilishi ham matbuot mazkur funktsiyasining buzilishiga olib keladi.

O'lkamizda salkam bir asr hukm surgan kommunistik matbuotda esa bu cheklanishning boshqacha ko'rinishi mavjud edi. Kommunistik matbuotda tasvir, ya'ni xabardor etishlik funktsiyasi yakka mafkura hokimligiga bo'ysundirilgan edi. Kommunistik matbuot nashrlari, radio va teleko'rsatuvlarda nima haqda xabar berish, qanday xabar berish (yoki bermaslik) bolshevistik partiya qaror va ko'rsatmalari nuqtayi nazaridan hal etilar edi. Yuqorida aytganimizdek matbuotning mazkur funktsiyasini kollektiv agitatorlik (tashviqotchilik) dan iborat, deb e'lon qilingan va bu hol kommunistik matbuot nashrlari, radio,

televideniya uchun qonun tusiga kirgan edi. Ya'ni, sovet gazetolari, radiosi va teleko'rsatuvlari ijtimoiy hayot haqidagi xolis, obyektiv xabar berish emas, balki muayyan g'oyalarni tashviq qilish va ungagina mos keladigan faktlar, voqea va hodisalarni qidirib yoki o'ylab topish bilan doimiy mashg'ul edilar.

Demak, insoniyatning eng oliy orzusi — demokratik tuzumdagina matbuot va uning tasvir, xabardor etishlik funksiyasi erkin ish ko'ra oladi. Mustaqillikka erishgan bizning respublikamizda bu borada katta ishlar olib borilmoqda. Istiqlol tufayli yangilangan va har taraflama ravnaq topayotgan matbuotimiz, ommaviy axborot vositalari ijtimoiy hayot voqealarini yanada kengroq, chuqurroq, xolis, tezkorlik bilan yoritib boshladilar, gazetalarimiz, jurnallarimiz yanada qiziqarli, o'qimishli bo'lib hormoqda, radio eshittirishlar va teleko'rsatuvlar mazmun-mundariyasi kengaydi, shakli rang-baranglashdi. Matbuotning bu zarur funksiyasini yaxshi yo'lga qo'yish, ijtimoiy informatsiya bilan ta'minlashni kengaytirish, informatsiya yig'ish va tarqatishni yanada takomillashtirish borasida qator yangi qaror va qonunlar qabul qilindi. O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi tomonidan 1997-yil dekabr oyida qabul qilingan "Ommaviy axborot vositalari to'g'risida", shu yilda qabul qilingan "Jurnalistik faoliyatni himoya qilish to'g'risida", "Axborot olish kafolatlari va erkinligi to'g'risida"gi qonunlar matbuotimiz va ommaviy axborot vositalari ishini yaxshilashda, ularning tasvir, ya'ni xabardor etish funksiyasini to'g'ri yo'lga qo'yishda muhim ahamiyatga molik bo'ldi.

Respublikamizda matbuot va ommaviy axborot vositalari ishini yaxshilash, ular faoliyatini demokratlashtirish borasida olib borilayotgan ishlar natijasida matbuotimizning tasvir funksiyasi tobora rivojlanib, rang-barang bo'lib bormoqda. Gazeta va jurnallarimiz, radio va teleko'rsatuvlarimiz dunyo xabarlarini, shuningdek respublikamizda yuz berayotgan ijtimoiy-siyosiy, iqtisodiy va madaniy-ma'naviy o'zgarishlarni keng va batafsil yoritib bormoqda. To'g'ri, bu borada hali kamchiliklar ham yo'q emas, ko'pgina matbuot nashrlari, radio eshittirishlar va teleko'rsatuvlarda bir yoqlamalik, bir xillik hollari mavjud. Ammo

matbuotimiz bu kamchiliklardan asta-sekin qutilib, tasvir funksiyasining yanada to'laroq bajarilishiga katta ahamiyat berilmoqda. Bu funksiyaning mohiyatini, uning talablarini yaxshi bilish har bir bo'lajak jurnalistning asosiy vazifasi sanaladi. Qaysi bir nashr, ommaviy axborot vositasi bu funksiyani to'la-to'kis, ijodiy hal etar ekan, uning muvaffaqiyati ta'minlangandir.

Biz yuqorida matbuotning bosh funksiyalaridan biri — uning ijtimoiy hayotni aks ettirish xususiyati, ya'ni tasvir funksiyasini ko'rib o'tdik. Ammo matbuot hayotni oddiygina qayd etish, u haqda xabar berish bilangina cheklanib qolmaydi, balki hayotdagi fakt, voqea va hodisalarning ichki mohiyatini ham ochib beradi, o'quvchilariga tushuntiradi, tahlil qiladi, baholaydi, xulosalar chiqaradi, ma'qullaydi yoki inkor qiladi. Ya'ni, yuqorida, matbuotning ta'rifida keltirilgan — matbuot ijtimoiy hayotni biladi (o'rganadi ma'nosida), tadqiq qiladi, degan tushunchalar matbuotning ikkinchi bosh funksiyasining asosini tashkil etadi. Ya'ni, matbuot ijtimoiy hayot voqealarini tasvirlash, ular haqda xabar berish bilan birlikda bu fakt va voqealarni tahlil qilishi ham lozim. Binobarin, matbuotning ikkinchi bosh funksiyasi — tahlil hisoblanadi. Ta'bir joiz bo'lsa matbuotning tasvir funksiyasi ijtimoiy hayotning ustki, ko'zga ko'rinib turgan qatlamlarini aks ettirsa va ongning ustki qatlamiga ta'sir qilsa, tahlil funksiyasi ijtimoiy hayotning chuqur qatlamlarini o'zida aks ettiradi va inson ongining chuqur qatlamlariga ta'sir ko'rsatadi. Bu funktsiya orqali matbuot o'quvchilariga hayotdagi faktlar, voqea va hodisalarning ichki sabablarini ochib beradi, tushuntiradi, izohlaydi, o'quvchiga bizni o'rab turgan dunyo haqida chuqur bilim beradi, olamni bildiradi, juda ko'p, zarur tajribalar bilan qurollantiradi. Matbuotning xabardor qilish funksiyasi singari bu funktsiya ham jamiyatning ijtimoiy-siyosiy, iqtisodiy-ishlab chiqarish va madaniy-ma'naviy hayotining barcha tomonlarini qamrab oladi. Jamiyat hayotining matbuotning bu funksiyasi aralashmaydigan biror bir sohasi yo'qdir.

Matbuotning tahlil funksiyasi ijtimoiy-siyosiy hayotning muhim muammolarini hal qilishda, iqtisodiy-ishlab chiqarish jarayonlarini takomillashtirishda, madaniy-ma'naviy hayotning

yanada taraqqiy etishda muhim rol o'ynaydi. Matbuotning bu funksiyasi ijtimoiyot, iqtisodiyot, fan-madaniyat, adabiyot va san'at hamda jamiyat hayotining barcha sohalaridagi muammolarni aks ettirish va hal etishda sivilizatsiyaning yanada taraqqiyotida muhim ahamiyat kasb etadi. Mazkur funksiya o'quvchilarga ijtimoiy-siyosiy, huquqiy, ahloqiy, ilmiy, adabiy-estetik bilim beradi, insonni tarbiyalaydi.

Matbuotning tahlil funksiyasini bajarishda matbuot nashrlari – gazeta va jurnallar, ommaviy axborot vositalari – radio va teleko'rsatuvlar doimiy ravishda faoliyat ko'rsatadilar. Matbuot turlari o'rtasidagi o'zaro mehnat taqsimotiga muvofiq gazetalar ko'proq (taxminan 75 foiz) tasvir funksiyasini bajarsa, o'z navbatida jurnallar tahlil funksiyasini ko'proq (75 foiz) bajaradilar. Jurnallarning ichki turlari – ijtimoiy-siyosiy, ilmiy, adabiy-badiiy, hajviy, suratli va tarmoq turlari ijtimoiy hayotning barcha qatlamlarini chuqur aks ettirish va tahlil etishda asosiy ishni ado etadi. Bu – jurnallarning tahlil funksiyasini bajarishda asosiy o'rin tutishini ko'rsatadi. Ammo bu – gazetalarda tahlil funksiyasi bajarilmaydi, degan ma'noni bildirmaydi. Aslini olganda har ikkala funksiya bir-biriga bog'liq ravishda, bir-birini to'ldirib keladi, har qanday tasviriy (xabar beruvchi) materialda ham muayyan tahlil unsuri bo'ladi, tahlil materiallarida ham tasvir ishtirok etadi. Radio va teleko'rsatuvlarda tasvir va tahlil funksiyalari o'zaro mutanosib ravishda (50–50 foiz) joy oladi. Matbuotning bu funksiyasi uning ma'rifiy, estetik zavq berish, dam oldirish xususiyatlari bilan ham bog'lanib ketadi.

Matbuotning tahlil funksiyasini bajarishda mutaxassis jurnalistlar, publitsistlar, olimlar, jamoat arboblari, siyosatchilar va boshqa kasb egalari ishtirok etadilar.

Agarda matbuotning xabardor qilish funksiyasini bajarishda unga publitsistikaning informatsion janrlari xizmat qilsa, tahlil funksiyasini ado etishda esa analitik-tahliliy janrlari xizmat qiladi. Bularga korrespondensiya (fransuzcha *correspondente* – joylardan yuborilgan xabar, ma'lumotnoma), maqola (arabcha – *aytilgan gap*), retsenziya - taqriz (lotincha va arabcha – *baho bermoq*), sharh hamda badiiy publitsistikaning ocherk, felyeton (fransuzcha

– varaqa), pamflet (inglizcha - tanqidiy asar) kabi janrlar kiradi. Ma'lumki, bu janrlar o'z hajmi va janr talablari bilan informatsion janrlardan ajralib turadi va ular hayotning chuqur qatlamlarini o'zida aks ettiradilar. Bu janrlarda shu bilan birlikda ilm-fan tadqiqoti usullari – faktlarni solishtirish, umumlashtirish, xulosalar chiqarish kabi, ya'ni analiz usuli, badiiy publitsistika janrlarida esa adabiy-badiiy usullar – obrazlilik, jonlantirish, tipiklashtirish, syujet, kompozitsiya kabilar keng qo'llaniladi. Bu usullar hayotni keng va chuqur tahlil etishda yordam beradi. Matbuotning bu funksiyasi ma'lum g'oyalarni targ'ib etishda ham muhim o'rin tutadi. Tahlil funksiyasi jurnalistdan hayotni chuqur bilishni, ijtimoiy hayotning u yoki bu sohasiga maxsus ixtisoslashishni talab qiladi.

Tahlil funksiyasi ham matbuotning tabiatidan kelib chiquvchi uning tabiiy xususiyatidir. Illo matbuot insonga olamni bildirish, uning ongini o'stirish, hayotiy va ijtimoiy tajribasini oshirish uchun xizmat qiladi. Ammo ayrim tuzum, hukmron sinf va tabaqalar mazkur funksiyaning bajarilishiga ham ijobiy yoki salbiy ta'sir ko'rsatishi mumkin. Masalan, kommunistik matbuot barcha narsa va hodisalarni faqat kommunistik g'oyalar nuqtayi nazaridagina izohlagani bunga misol bo'la oladi.

Mustaqillikka erishgan O'zbekiston matbuotida tasvir funksiyasi bilan bir qatorda tahlil funksiyasi ham tobora takomillashib bormoqda. Matbuotimizning tahlil funksiyasi ham sezilarli darajada kengaydi, chuqurlashdi, zamonamizning eng muhim, dolzarb masalalarini yoritishda, ommaning ongiga mustaqillik, taraqqiyot g'oyalari singdirishda faol xizmat qilmoqda. Matbuotimiz o'lkamizda amalga oshirilayotgan ulkan ijtimoiy-siyosiy, iqtisodiy, madaniy-ma'naviy o'zgarishlarni amalga oshirishda, istiqloq, rivojlanish g'oyalari ommaga tushuntirishda, dunyo voqealarining mohiyatini anglatishda keng faoliyat ko'rsatmoqda. Matbuotning tahlil funksiyasi iqtisodiy islohotlarning taraqqiyotdagi roli va ahamiyatini chuqur tushuntirish bilan birlikda ma'naviyatimizning tiklanishi va shu kungi ulkan o'zgarishlarda kishilar ongidan chuqur joy olishini ta'minlashda ham beqiyos xizmat qilmoqda. Biz mustaqillik

matbuotining tahlil funksiyasi ko'rsatgan faoliyat natijasida o'zligimizni tanidik, o'z tilimiz, madaniyatimiz, tariximizni bildik, kelajagimizning ulkan va porloq rejalariga ega bo'ldik. Bu gazetalarimiz, jurnallarimiz, radio va teleko'rsatuvlarimizning doimiy ravishda olib borayotgan tahlil funksiyasi natijasidir. Matbuot hayotdagi fakt, hodisa va voqealarni bemalol, moneliklarsiz, umuminsoniy nuqtayi nazardan, xolis, ilmiy-obyektiv tahlil qilar ekan, uning hayotga ta'siri ham shunchalik ortadi. O'zbek matbuoti ana shu yo'ldan hormoqda. Bu funksiyani yaxshi bilish, unga tayyor bo'lish har bir bo'lajak jurnalistning burchi va vazifasidir.

Matbuot ijtimoiy hayot voqealarini tasvirlab va uni tahlil etibgina qolmasdan ijtimoiy hayotga bevosita ta'sir ham qilishi kerak. Matbuotning bu xususiyati uning funksiyalaridagi uchinchi qirrani, ya'ni ta'sir funksiyasini belgilab beradi. Ya'ni, matbuot ijtimoiy ong ko'rinishi sifatida ijtimoiy borliqni tasvirlab, uni bilib, tadqiq etish bilan cheklanmasdan unga qaytadan ta'sir ham ko'rsatishi lozim. Illo matbuot materiallari yozilib, bosilib, o'qilib, eshilib, ko'rilibgina qolmasdan hayotda o'zgarish ham yasashi kerak.

Matbuotning ta'sir funksiyasi uning tasvir va tahlil funksiyalari bilan chambarchas bog'liqdir, ya'ni u mazkur ikki funktsiyaning mantiqiy davomi hisoblanadi. Qaysi matbuot nashri, ommaviy axborot vositalari hayotni keng, xolis va kerakli darajada yoritisa, xuddi shu tarzda chuqur tahlil qilsa uning ta'siri ham etarli darajada bo'ladi. Aksincha, hayot sayoz, bir yoqlama, shunchaki, majburan yoritilsa, tahlil ham yuzaki bo'lsa ta'sir ham shunga yarasha bo'ladi.

Matbuotning hayotga ta'siri ikki xil: bevosita va bilvosita bo'ladi. Bevosita ta'sir hayot voqealarining tasviri va tahlil orqali o'quvchilar ongiga, his-tuyg'ulariga ta'sir ko'rsatishdir. Bu – matbuot materiallarining ta'sirchanligi, muhimligi, qiziqarliligi, fakti, tuzilishi, mahorat bilan yozilganligiga bog'liqdir. Bu esa ma'lumki, tasvir va tahlil funksiyalarining etarli bajarilishidan kelib chiqadi. Matbuotning ta'sir funksiyasini bajarishda jamoatchilik fikrini shakllantirish asosiy o'rin tutadi. Jamoatchilik

fikri – matbuotning va uning asosi bo'lmish publitsistikaning bosh masalasidir. Matbuotning hayotga bilvosita ta'siri esa matbuot materiallarining samaradorligi, ya'ni natija berishi bilan o'lchanadi. Ya'ni matbuotda ko'tarilgan birorta muammo hal etilsa, tanqidiy chiqishlar o'z samarasini bersa va hokimiyatning boshqa turlari - qonun chiqaruvchi, ijro etuvchi va sud hokimiyati aralashuvi natijasida hayotga tatbiq etilsa ana shu funksiya bajarilgan bo'ladi. Hayotga bilvosita ta'sir etishda matbuot nashrlarining, jurnalistlarning tashkilotchiliklari ham asosiy rol o'ynaydi.

Matbuotning tasvir, tahlil va ta'sir funksiyalari matbuot faoliyatining o'zagini tashkil etadi. Ular bir-birlari bilan uzviy bog'liq holda doimo takomillashib boradilar. Shu bilan birlikda matbuotning madaniy-ma'rifiy, kishiga zavq berish, dam oldirish, turli xizmatlar ko'rsatish (reklama va e'lonlar) kabi funksiyalari ham mavjuddir. Bu funksiyalar ham bosh funksiyalardan kelib chiqadi hamda ularni to'ldiradi.

Matbuot funksiyalari hayot bilan birgalikda taraqqiy etib, takomillashib, yangidan-yangi qirralarga ega bo'lib boraveradi.

MATBUOTNING BOSH PRINSIPLARI

Matbuot o'z zimmasiga yuklangan ijtimoiy funksiyalarni bajarishda ma'lum prinsip (tamoyil)larga amal qiladi. Prinsip so'zi lotincha "principum" degan so'zdan olingan bo'lib, asos, boshlang'ich g'oya degan ma'noni bildiradi hamda asosiy qoida, rahbariy g'oya, xulq-atvor yoki faoliyat qoidalari degan tushunchada ishlatiladi. Matbuotning prinsiplari matbuot o'z faoliyatida doimiy amal qilishi kerak bo'lgan qoidalar, yo'nalishlardir. Matbuot prinsiplari ham matbuot nazariyasida muhim o'rin tutadi, illo u matbuotning mohiyatini, ichki qonuniyatlaridan eng muhimini tashkil etadi.

Matbuot funksiyalari kabi uning prinsiplari ham insoniyat jamiyati va uning tarixiy taraqqiyoti bilan bog'liqdir. Matbuot qaysi bir davr, qaysi bir tuzumga tegishli bo'lsa, ya'ni qaysi

ijtimoiy borliqning ong ko`rinishi bo`lsa o`sha jamiyatga, borliqqa mos keluvchi xususiyatlarga, ya`ni prinsiplarga ega bo`ladi. Buni biz insoniyat tarixida faoliyat ko`rsatgan va ko`rsatib kelayotgan matbuot ko`rinishlari misolida yaqqol ko`rishimiz mumkin. Feodalizm matbuoti avtoritar, ya`ni yakka shaxs hokimligini tan olish, unga xizmat qilish xususiyatiga ega edi. Bu davr matbuoti o`z funksiyalarini bajarishda, ya`ni xabardor qilish, tahlil etish va hayotga ta`sir ko`rsatishda (bu funksiyalarning dastlabki ko`rinishlari feodal matbuotida ham mavjud edi) yuqoridagi qoida asosiy o`rin tutar va matbuotning boshqa qoidalari – xalqchilik, haqqoniylik prinsiplari to`la bajarilmas edi.

Erkin dunyo yoki burjua matbuoti esa feodal matbuotga qaraganda bir muncha boshqa xususiyatlarga ega bo`lganligi ma`lumdir. Unda avtoritarlik o`rnini ma`lum darajada tenglik, demokratiklik egallaganligi ham ma`lum. Ammo burjua matbuotining bosh mohiyati – pul hokimiyati, kapitalga bo`ysunishi, unga xizmat qilishi uning prinsiplarini ham belgilab beradi. Ya`ni, burjua matbuoti o`zaro raqobat, ustakorlik, ma`lum darajada olg`irlik bilan ish ko`radi. Shu bilan birlikda erkin dunyo matbuotida obyektivizm (lotincha objectum narsa, obyektivizm esa narsalarni aniq aks ettirish) va ma`lum darajada subyektivizm (lotincha subjektum – odam)ga ham amal qiladi.

Burjua matbuotiga qarama-qarshi o`laroq kommunistik matbuot o`z faoliyatida yakka g`oya hokimligi natijasida tug`ilgan prinsiplarga amal qiladi hamda jamiyat hayotini sinfiy-partiyaviy nuqtayi nazardan yoritadi. Marksizm-leninizm arboblari matbuotning bosh prinsipini kommunistik g`oyaviylik va partiyaviylikdan iborat, deb ko`rsatgan edilar. Bu prinsip kommunistik matbuot faoliyati davrida qat`iy, majburiy qonun sifatida qo`llanilib kelindi. Partiya so`zi ingliz, frantsuz va lotin tillarida bir qism, guruh degan ma`noni bildiradi. Butun bir jamiyatga, qolaversa insoniyatga tegishli bo`lgan, kishilikning buyuk kashfiyoti sanaluvchi matbuotning, hatto adabiyotning sinfiy, partiyaviy deb e`lon qilinishi va matbuotning butun faoliyatini yakka bir g`oyaga majburiy bo`ysundirilishi matbuot

haqidagi kommunistik tushunchalarning tor va cheklangan ekanligini ko'rsatib turibdi.

Matbuotning bosh prinsiplari, o'z faoliyatida amal qilishi shart bo'lgan asosiy qoidalari nimalardan iborat?

Matbuotning bosh prinsiplari uning asl mohiyatidan, bosh funksiyalaridan kelib chiqadi. Matbuot insoniyat tomonidan dunyoni bilib, xabardor bo'lib turish, ijtimoiy informatsiya olish uchun kashf etilgan ekan, xuddi ana shu maqsad – faoliyatiga mos keluvchi prinsiplarga, qoidalarga amal qilishi lozim. Demak, matbuotning bosh vazifasi umuminsoniyatga xizmat qilishdan iborat bo'lganligi uchun uning bosh prinsipi ham partiyaviylik emas – umuminsoniylik bo'lmog'i kerak. Bu prinsipning nazariy asosi shundan iboratki insoniyat – tabiatning gultoji, ongli jamiyatning, tarixning, sivilizatsiyalarning ijodkoridir. Insoniyat bor ekan er yuzida ongli, uyushgan jamiyat, hayot mavjuddir. Sivilizatsiyaning, insonning ongli, madaniy hayoti va faoliyati belgilaridan bo'lmish matbuotning vujudga kelishi, ish ko'rishi ham insoniyat bilan bog'liqdir. Insoniyatdan tashqarida ma'lum darajada ongli hayot bo'lsa-da sivilizatsiya yo'q, matbuot ham bo'lishi mumkin emas. Shuning uchun ham matbuot umuminsoniyatga tegishli bo'lmog'i, uning maqsad va vazifalariga xizmat qilmog'i kerak. Umuminsoniyat matbuotdan to'g'ri, haqqoniy, xolis ijtimoiy informatsiya olishi kerak, dunyodan xabardor bo'lishi, uni o'qib, eshitib, tomosha qilib hordiq chiqarishi, dam olishi kerak. Ana shu ehtiyoj matbuotning bosh funksiyalarini belgilaganidek uning etakchi qoidalari uchun ham asos bo'ladi. Yani, har bir matbuot nashri – gazetalar, jumallar, har bir ommaviy axborot vositasi – radio eshittirishlar, teleko'rsatuvlar, informatsiya agentliklari umuminsoniylik prinsipiga qat'iyon amal qilishi, ya'ni umuminsoniyatga xizmat qilishi, uning maqsad va manfaatlari, qiziqish va intilishlari, hohishiga qarab ish tutishi lozim. Umuminsoniyat necha-necha asrlar davomida ishlab chiqqan va shakllantirgan olijanob qadriyatlar – tinchlik, ezgulik, haqiqat, adolat, do'stlik, poklik, mehnat, yaratish, o'zaro hurmat va boshqa qoidalar har bir matbuot nashri, ommaviy axborot vositalari faoliyatida bosh qoida,

asosiy g'oya bo'lib xizmat qilishi lozim. Ya'ni, har bir matbuot nashri, ommaviy axborot vositalari ayrim yakka shaxslar yoki partiyalarga emas, insoniyatga xizmat qilishni o'z oldiga maqsad qilib qo'yimg'i, insoniyatga foyda keltirmog'i, uning hayoti doimo erkin, farovon kechishi uchun, dunyoda tinchlik hukmron bo'lishi uchun, ozodlik, tenglik, demokratiya uchun, yer yuzida aldov, zulm, urush bo'lmasligi uchun, poklik va olijanoblik uchun, doimo haqiqat qaror topishi uchun, taraqqiyot uchun kurashmog'i, shu yo'lda faoliyat ko'rsatmog'i lozim. Umuminsoniylik prinsipining zarracha bo'lsa-da buzilishi - matbuotning ayrim shaxslar manfaatiga xizmat qilishi (agar bu insoniyatga zarar keltirsa), zulm-zo'rovonlik vositachisi bo'lish, haqiqatdan ko'z yumish, yolg'on, yuzaki, bir yoqlama xabarlar tarqatish, milliy, irqiy va diniy nizolarni keltirib chiqarish, urushni tashviq qilish va boshqalar sodir bo'lsa o'sha matbuot nashri, ommaviy axborot vositasi o'z funksiyasini bajara olmaydi va undan insoniyat yuz o'giradi.

Umuminsoniylik prinsipi har bir jurnalist, publitsist va ijodkor uchun uning ijtimoiy-siyosiy va kasbiy darajasini belgilovchi, ijodiy mahsulining pirovard bahosini beruvchi, uning kerak-nokerakligi, foyda-zararini, qimmatini belgilovchi birdan-bir xolis mezondir. Jurnalistning har bir informatsiyasi, publitsistning fikri, ijodkorning har bir satri, asari insoniyatga nima bera olishi bilan o'lchanadi. Bunga buyuk ijodkorlar, publitsistlarning faoliyati, yozgan asarlari misol bo'la oladi. Ular tomonidan yaratilgan har bir asar insoniyatga biror yangilik, yangi fikr, yangi g'oya, yangi zavq-shavq, his-hayajon bersagina bu asar o'lmaydi, umrboqiy bo'lib qoladi. Aksincha, shunchaki, o'z shaxsiy manfaati uchun, biror shaxs yoki guruhga yoqish uchun, yoinki yuzaki, xom-xatala yozilgan bo'lsa bunday asarning umri qisqadir. Shunday ekan - umuminsoniylik matbuotning ham, adabiyot va san'atning ham bosh prinsipi, ijod va faoliyat qoidasi bo'lmog'i kerak.

Matbuotning bosh prinsiplaridan biri xalqchillikdir. Xalqchillik - umuminsoniylikning tarkibiy qismi, mantiqiy davomi, muayyan ko'rinishidir. Bu prinsipning nazariy asosi shundan iboratki, xalq tarixning yaratuvchisi, dunyodagi barcha moddiy-ma'naviy

boylıklar ijodkori, tarixiy taraqqiyotni olg'a suruvchisidir. Umuminsoniyat o'z navbatida xalqlarga bo'linadi. Xalq (arabcha - yaratilmish degan ma'noni bildiradi) ma'lum hududda yashovchi, o'z tarixi, taqdiri, manfaati bilan birlashgan odamlarning katta yig'indisidir. Masalan, o'zbek xalqi, rus xalqi, O'zbekiston xalqi, dunyo xalqlari va hk. Xalq bir millatdan yoki birnecha millatdan iborat bo'lishi mumkin. O'z hududidagi barcha ijtimoiy-siyosiy, iqtisodiy, jug'rofiy, ekologik va boshqa muammolar va masalalar xalqqa tegishlidir. Xalq insoniyatning bir bo'lagi sifatida umuminsoniy va o'zigagina tegishli bo'lgan manfaatlarga egadir. Binobarin ana shu hududda faoliyat ko'rsatuvchi, shu xalqqa tegishli bo'lgan matbuot xalqchilik prinsipiga amal qilishi, ya'ni o'sha xalq manfaatlari va maqsadlari yo'lida xizmat qilishi lozim. Bu prinsipning talabi shundan iboratki har bir matbuot nashri, har bir ommaviy axborot vositasi o'z xalqining manfaati, tarixi, madaniyati, taraqqiyoti masalalarini keng yoritishi, uning ijtimoiy-siyosiy, iqtisodiy, madaniy-ma'naviy yuksalishiga xizmat qilmog'i shart. Bu matbuotning o'z funksiyalarini bajarishi, ya'ni ijtimoiy hayotni, xalq hayotini to'la aks ettirish, tahlil qilish va unga qaytadan ta'sir ko'rsatishining asosi hisoblanadi. Matbuot xalqning kundalik fikr va tuyg'ularining aniq va yangroq ifodasi bo'lishi lozim. U xalq orasida bo'lishi hamda xalqning umid va tashvishlari, mehri va nafrati, quvonch va dardini teng baham ko'rishi shart. Har bir matbuot nashri, ommaviy axborot vositasi xalqdan ajralmasligi, uning hayotiy muammolarini ochiq, xolis hayon qilishi, xalq orzu-umidi, fikr-tuyg'ularining haqiqiy ifodachisi bo'lmog'i kerak. Buning zarracha bo'lsada buzilishi - xalqdan ajralib qolish, xalq hayotini buzib, xaspo'shlab yoritish, yakka shaxs, yakka g'oyaga xizmat qilish va boshqa hollar matbuotning o'z funksiyalarini bajara olmasligiga, xalqning noroziligi va inkoriga sabab bo'ladi. Unday matbuot nashrini xalq o'qimaydi, ommaviy axborot vositalaridan yuz o'giradi.

Xalqchilik prinsipi har bir jurnalistdan, publitsistdan, har bir ijodkordan o'zining butun ijodi, qalb qo'rini xalqqa bag'ishlashni, butun umr xalqqa xizmat qilishni talab etadi. Har bir qalam sahibi o'z asrlarida xalqning hayoti, mehnati, tashvishi, quvonchi, fikr-

o`yi, orzu-umidlarini keng, haqqoniy tasvirlashi lozim. Xalqchillik publitsistika va badiiy ijodning eng muhim talabi, har qanday asarning hayotiyligi, umrboqiyiligini belgilovchi asosiy va bemurosa mezondir. Xalq ruhi, uning dilidagilarni ifoda etuvchi va yuksak mahorat bilan yozilgan asarlargina umrboqiy bo`lishi mumkin. Agar jurnalist, publitsist, ijodkor xalqchillikka erisha olmas ekan, hech qachon xalq nazariga tushmaydi, xalqning hurmat-e`tiborini qozona olmaydi.

Xalqchillik prinsipining aniq ko`rinishlaridan biri – milliylikdir. Binobarin matbuot milliylik prinsipiga ham amal qilishi lozim. Millat – tarixan tashkil topgan, madaniyati, tili, hududi, iqtisodiy hayoti va ruhiy xususiyatlarining umumiyligi asosida vujudga kelgan odamlar birlashmasidir. Masalan, o`zbek millati, rus millati va hk. Milliylik xalqchillikning, umuminsoniylikning mushtarak bir tarkibiy qismi, muayyan ko`rinishi ekan, shu millat hududida, shu millat tilida chiquvchi matbuot o`z millatining manfaati, orzu-umidi, taraqqiyoti uchun xizmat qilishi kerak. Barcha matbuot nashrlari, ommaviy axborot vositalari kundalik faoliyatlarida shu millatning ijtimoiy-siyosiy, iqtisodiy va madaniy-ma`naviy hayotini keng yoritishi, millatning dardi bilan nafas olishi lozim. Har bir jurnalist, publitsist, ijodkor o`z asarlarida o`z millatining hayoti, ruhi, fikr-o`ylari, quvonch va tashvishlarini aks ettirishi, milliy qadriyatlarga suyanishi shart. Buning uchun millatning tili va dilini, ruhini yaxshi idrok eta bilishi lozim. Shu bilan birgalikda milliylik, millat manfaatlari umumxalq manfaatlariga, umuminsoniyat manfaatlariga zid kelmasligi, o`zaro mushtarak bo`lishi talab etiladi. Milliylikni mensimaslik manqurtlikka, kosmopolitizmga olib kelganidek bir millat manfaatlarini xalq manfaati, umuminsoniyat qadriyatlaridan yuqori qo`yish milliy mahdudlikka, milliy zo`ravonlikka olib kelishi mumkin. Har bir jurnalist, publitsist, ijodkor o`z millatini sevishi bilan bir qatorda ham boshqa millatlarni ham hurmat qilishi, ularning ham xususiyatlarini, manfaatlarini tushunishi va shu asosda ijod qilishi lozim. Ya`ni, jurnalist, ijodkor milliylik, o`z millatiga xizmat qilish orqaligina xalqchillik va umuminsoniylikka xizmat qila oladi.

Matbuotning eng muhim qonuni, prinsiplaridan biri — uning haqqoniyligidir. Haqqoniylik — mutlaq haqiqatga intilish insonning dunyoni bilishdagi bosh talabi, ish usulidir. Inson paydo bo`lib, ongi rivojlana boshlagan paytdan boshlab o`zini o`rab turgan narsa va ashyolarning, yuz berayotgan voqea va hodisalarning asl, tub mohiyatini bilib olishga intiladi, bu yo`ldan aslo to`xtamaydi. Chunki haqqoniy bilim va aniq tajribagina insonning dunyoni bilishi va egallashida qo`l keladi. Ammo tajribasizlik tufayli noto`g`ri xulosalar ham kelib chiqadi, bir insonning ikkinchi insondan manfaat qidirishi, o`zaro munosabatlar natijasida yolg`on ham kelib chiqqan. Insoniyat o`zining necha asrlik hayoti, faoliyati davomida ana shu rost va yolg`on o`rtasida qolib, haqiqatni, ya`ni rostni izlab keladi. Insoniyatning ma`naviy mahsuli bo`lgan matbuot insoniyatga xizmat qilar ekan haqiqatga asoslanmog`i, ijtimoiy hayot voqealarini haqqoniy aks ettirmog`i, rost so`zlamog`i kerak. Shundagina u insoniyat intilgan ezgulikka, adolatga, taraqqiyotga xizmat qiladi. Aksincha bo`lsa — matbuot yolg`on xabarlar tarqatsa, hayotni bir yoqlama, noto`g`ri yoritisa, yolg`on so`zlasa insoniyatga katta zarar yetkazadi, inqirozga etaklaydi. Shunday ekan barcha matbuot nashrlari, ommaviy axborot vositalari haqqoniylik prinsipiga amal qilishi shart. Bundan zarracha chekinish uning o`z funksiyalarini bajarishda mone`lik qiladi. Bu prinsip har bir jurnalist, publitsist va ijodkordan faqat haqiqatni, ayni haqiqatni yozishni talab etadi. Haqqoniylik publitsistik va badiiy ijodning bosh mezoni, asosiy talabidir. Hayot haqiqatlarini ochib bera olgan, o`z millati, xalqi va provard natijada umuminsoniyat uchun qadrlı bo`lgan asarlargina umrboqiydir. Bu prinsipning zarracha bo`lsa-da buzilishi, o`z manfaati yoki yakka g`oya, shaxs talabi bilan hayot haqiqatidan ko`z yumish ijodkorming inqiroziga sabab bo`ladi.

Oldingi davr — kommunistik matbuot boshqa prinsiplar qatorida haqqoniylik prinsipiga ham rioya qilmaganligi boisidan inqirozga uchradi. Mustaqillikka erishgan O`zbekiston matbuotida boshqa prinsiplar qatorida haqqoniylik prinsipi ham tobora takomil topib bormoqda.

Matbuotning asosiy prinsiplaridan biri — ommaviylikdir. Ommaviylik har bir matbuot nashrining va ommaviy axborot vositasida ko'pchilikning doimiy ishtirok etishi, uning ko'pchilik tomonidan yaxshi kutib olinishi, ommalashuvidir. Ommaviylik prinsipi umuminsoniylik, xalqchilik, milliylik va haqqoniylikning mantiqiy davomi bo'lib, yuqoridagi prinsiplarga qat'iy amal qilgan va shu asosda o'z funksiyalarini to'la bajara olgan matbuot nashri, ommaviy axborot vositasigina keng ommalashuvi, o'quvchilar, radiotinglovchilar va teletamoshabinlarga manzur bo'lishi mumkin. Shu bilan birlikda bu prinsip har bir matbuot nashri va ommaviy axborot vositasidan yuksak saviyada ish olib borishni, har bir jurnalist, publitsist va ijodkordan katta mehnat va mahoratni, doimiy izlanishni talab qiladi. Ommaviylikka erisha olmagan matbuot nashri, jurnalist muvaffaqiyat qozona olmaydi.

Matbuot faoliyatida partiyaviylik prinsipi ham mavjuddir. Kommunistik matbuotda bu prinsip barcha matbuot nashrlari va ommaviy axborot vositalari uchun bosh, majburiy qoida qilib qo'yilgan edi. Aslida esa partiyaviylik — umuminsoniylik, xalqchilik va haqqoniylik bilan o'lchanuvchi tushuncha hisoblanadi. Partiyaviylik prinsipi jamiyatdagi ayrim partiyalar, uyushmalar, tashkilotlar tomonidan nashr etiladigan matbuot organlari uchun qo'llaniladigan qoida bo'lib, o'sha partiya, uyushma, tashkilotning dasturi, yo'l-yo'riqlari asosida ish ko'rish demakdir. Bu — tabiiy bir hol. Ammo partiyaviylik prinsipi yuqorida ta'kidlab o'tilganidek umuminsoniylik, xalqchilik va milliylik prinsipiga, shuningdek haqqoniylikka zid bo'lmasligi kerak. Aks holda u jamiyatga zararli hodisaga aylanadi.

Mustaqil O'zbekistonda qator partiya gazetlari — O'zbekiston Xalq demokratik partiyasining organi — "O'zbekiston ovozi", Fidokorlar partiyasining nashri — "Fidokor", Adolat sotsial-demokratik partiyasining nashri — "Adolat", O'zbekiston Milliy tiklanish partiyasining matbuot nashri «Milliy tiklanish», O'zbekiston liberal-demokratik partiyasining nashri «XXI asr» gazetlari yuqoridagi prinsip asosida ish ko'rib kelmoqda.

Matbuot prinsiplari jamiyat taraqqiyoti bilan birlikda rivojlanib, takomillashib, yangi-yangi qirralari ochilib boraveradi. Istiqloq

davri o'zbek matbuoti va ommaviy axborot vositalari faoliyatida yuqoridagi prinsiplar keng qo'llanilib kelinmoqda. Respublika Oliy Majlisi tomonidan qabul qilingan "Ommaviy axborot vositalari to'g'risida", "Jurnalistik faoliyatni himoya qilish to'g'risida", "Axborot olish kafolatlari va erkinligi to'g'risida" kabi va boshqa qonunlar o'zbek matbuoti nashrlari va ommaviy axborot vositalari ishini yanada takomillashtirish, ularning matbuotning bosh prinsiplariga amal qilgan holda asosiy funksiyalarini bajarishlari uchun katta imkoniyatlar yaratib berdi. O'zbek jurnalistlari, publitsistlari, barcha ijodkorlar o'z faoliyatlarida matbuotning bosh prinsiplariga og'ishmay amal qilib kelmoqdalar.

MATBUOTDA AN'ANAVIYLIK VA YANGI OMILLAR

Matbuotning mohiyatini tashkil etuvchi uning ichki qonuniyatlardan biri uning an'anaviylik va yangi omillar qonuniyatiga amal qilishdir. Ya'ni, matbuot ma'lum bir tarixiy davrda tug'ilib, shu ijtimoiy zamindan, jamiyat oldida turgan vazifalardan yo'nalish olib, oziqlanib ish ko'rsa-da, ammo u o'z faoliyatini bajarishda o'zidan oldingi davrlar matbuotida shakllangan g'oyaviy-ijodiy omillar, shakl va uslub yo'llaridan foydalanadi, boshqacha qilib aytganda matbuot ham adabiyot, san'at va boshqa ijtimoiy hodisalar kabi an'anaviylik va yangi omillar qonuniga bo'ysunadi. An'analar — tarixiy taraqqiyot davomida sinalgan, avloddan avlodga meros sifatida o'tuvchi, o'z asosida katta hayotiy zamanga ega bo'lgan g'oyaviy-ijodiy omillar, insoniy tajribalardir. An'analar insoniyatning olamni bilish va uni egalashda jamoa ravishda yiqqan bilimlari, ish usullari, tajribalaridir. An'analar o'z mohiyati e'tiboriga ko'ra ijobiy yoki salbiy xususiyatga ega bo'ladi. Har bir davr o'z taraqqiyoti uchun zarur bo'lgan ijobiy an'analarni tanlab oladi, ulardan foydalanadi va aksincha — eskirgan, taraqqiyotga g'ov bo'ladigan salbiy an'analarni rad etadi. O'z davrida ilg'or bo'lgan va tarixiy

taraqqiyot talablariga javob bera olgan g'oyaviy-ijodiy omillargina kelgusi davr uchun an'ana bo'lib xizmat qilishi mumkin.

Umuman olganda an'anaviylik inson hayoti va faoliyatining barcha jabhalarini qamrab oladi, u kishilarning mehnati, turmushi, urf-odatdalari, ta'lim-tarbiya sohasida, ijtimoiy-siyosiy faoliyatida, ijodda va boshqa ijtimoiy sohalarda o'z ifodasini topadi. Masalan o'z mustaqilligiga erishgan O'zbekiston respublikasi o'z taraqqiyotida, ijtimoiy-iqtisodiy islohotlarning amalga oshishida, kishilar ongiga mustaqillik g'oyalari, yangicha fikrlash odatini singdirishda, milliy mafkurani vujudga keltirishda, tarixiy taraqqiyot davomida shakllangan va boshqa ko'pgina davlatlar, mamlakatlar ijtimoiy hayotida sinovdan o'tgan an'analarga, shu jumladan umuminsoniy qadriyatlar hamda milliy merosimizga amal qilib kelmoqda. Bu o'tmish an'alaridan ijodiy foydalanishning yuksak namunasidir. Shu bilan birgalikda respublikamiz ijtimoiy-siyosiy hayotida yaqin o'tmishda hukmron bo'lib kelgan ma'muriy-buyruqbozlikka asoslangan boshqaruv tizimi, yuqoridan turib rejalashtiriluvchi iqtisod hamda g'oyaviy yakka hokimlikka asoslangan mafkuradan voz kechildi. Bu esa o'tmishning salbiy an'alariga tanqidiy ko'z bilan qarab, taraqqiyot uchun zarurlarini tanlab olish va salbiy xususiyatlarga ega bo'lganlarini rad etishning hayotiy ko'rinishlaridir.

An'analarni davom ettirish – uni qanday bo'lsa shundayicha takrorlab qo'ya qolishdan iborat bo'lmasdan, balki uni yangicha davom ettirish, uning zamini va ta'sirida yangi omillar yaratishdir. Ya'ni, an'anaviylik – yangiliklar, yangi omillar qo'shilishi bilan chambarchas bog'liqdir. Bir davrlar yangi omillar hisoblangan ish usullari, tajribalar hayot sinovlaridan o'tib, an'ana bo'lib qolganidek, shu kunda qo'llanilayotgan yangi omillar tarixiy taraqqiyot sinovlariga, talablariga javob bersa kelajak davr uchun an'ana bo'lib qoladi. Bu qonuniyat ijtimoiy taraqqiyotning asosi bo'lib xizmat qiladi va jamiyat hayotining barcha tomonlarini qamrab oladi. Bu qonuniyat, yuqorida aytganimizdek ijtimoiy-siyosiy, iqtisodiy-ishlabchiqarish, madaniy-ma'naviy hayotda, fan-maorifda, adabiyot va san'atda va shular jumlasidan matbuotda ham taraqqiyotning obyektiv qonuni sifatida ish ko'radi. Uni bilish

va o'z faoliyatida qo'llanish barcha sohalardagi kabi matbuot mutaxassislari uchun ham farz va qarzdır. An'anaviylik va yangi omillar qonuniyatining buzilishi taraqqiyotga zarar keltiradi. Jumladan, an'analarni tan olmaslik – taraqqiyotni doimo yangidan boshlashga majbur qiladi, bu esa sun'iylik va boshqa qiyinchiliklar keltirib chiqaradi. (Masalan, yigirmanchi yillarda adabiyotda mumtoz adabiyot an'alaridan voz kechgan futuristlar, jamiyat taraqqiyoti qonunlarini tan olmagan anarxistlar, din va tarixiy qadriyatlarni mensimagan bolsheviklar siyosatining jamiyatga qanchalik zarar keltirganligini ko'rish mumkin). An'analarni qanday bo'lsa shundayligicha davom ettirish esa taqlid va takrorga olib keladi. An'analar bilan yangi omillar yaratish bir-biri bilan uzviy bog'liqdir. Haqiqiy an'analar doimo ijodiy ravishda rivojlanib, sayqallanib, yanada chuqurlashib, yangi omillar bilan boyib boruvchi ijtimoiy-ijodiy hodisadir.

Matbuot ham o'z faoliyatida an'anaviylik va yangi omillar qonuniyatiga to'la amal qilishi zarur. Ya'ni, har bir davr matbuoti o'zidan oldingi davr matbuotida shakllangan tarixiy tajribalarga asoslanib ish ko'radi, rivojlanadi.

Matbuotdagi an'analar avvalo uning mohiyatida, funksiya va tamoyillarida o'z aksini topadi. Mustaqillikka erishgan o'zbek matbuoti yaqin o'tmishimizda hukm surib kelgan kommunistik matbuotning bosh tamoyillari hisoblangan "kollektiv targ'ibotchi, kollektiv tashviqotchi va kollektiv tashkilotchi"likdan iborat, yakka mafkura hokimligiga xizmat qiluvchi, cheklangan funksiyalardan voz kechib, umuminsoniyat matbuotida qabul qilingan va keng qo'llanilib kelinayotgan funksiyalarni bajarmoqda. Bu - avvalo erkin informatsiya yig'ish va tarqatish, jamiyat hayotini keng va har tamonlana tasvirlash, jamiyatdagi fakt va hodisalar, muammolarni tahlil etish hamda ijtimoiy voqealikka ta'sir ko'rsatishdan iborat hayotiy an'analardir. Bizning matbuotimiz kommunistik matbuotning faqat partiyaviylikdan iborat bo'lgan, sun'iy cheklangan tamoyillaridan voz kechib umuminsoniylik, milliylik, haqqoniylik kabi dunyo matbuoti an'alariga asoslanib ish ko'rmoqda. Ijtimoiy hayot voqealarini yoritishda xofislik, hur fikrlilik, turlicha qarashlarga keng o'rin berish kabi umuminsoniy

an'analar matbuotimiz faoliyatiga singib bormoqda. Shu bilan birlikda unda poklik, hayo bilan ish ko`rish, ma`lum darajada oqilona rioya va andisha kabi milliy an'analarimiz ham o`z aksini topmoqda. Shuningdek, ayrim matbuot nashrlarida hamon eskicha fikrlash, hayotni kommunistik matbuot davridagi singari bejab ko`rsatish, bir yoqlamalik kabi salbiy holatlar ham uchraydiki, bu o`tmishning salbiy an'analaridan tezroq voz kechish lozimligini yana bir bor isbotlaydi. Ayrim mamlakatlar matbuotida keng o`rin olib kelayotgan ortiqcha shov-shuv, "oldi-qochdi" xabarlarga, reklamaga haddan tashqari ko`p o`rin berish kabi salbiy an'analardan ham voz kechilishi lozim.

Hozirgi zamon matbuotida tezkorlik, informatsiyaning serko`lamligi, o`quvchini o`ziga jalb qilish uchun turli usullardan foydalanish kabi yangi omillar ham qo`llanilib kelinmoqdaki, bular davr talabiga javob bersa kelgusi davrlar uchun an'ana bo`lib qoladi.

An'anaviylik va yangi omillar qonuniyati publitsistik ijodning bosh masalasidir. Har bir jurnalist, har bir publitsist o`z ijodida o`zidan oldingi davrning mohir jurnalist va publitsistlari qoldirgan boy meros bilan qurollangan bo`lishi va undan ijodiy foydalana olishi lozim. Shu bilan birlikda bu an'analar asosida yangi omillar, ijodiy kashfiyotlar yaratish ham har bir ijodkorning burchidir.

An'anaviylik matbuotning funksiya va tamoiyillari bilan cheklanib qolmasdan uning barcha tomonlarini, publitsistik ijodning barcha ijodiy masalalarini qamrab oladi. Matbuot materiallarini tayyorlash, tahrir qilish, sarlavha qo`yish, har bir janr, ijodiy shaklda, publitsistikaning har bir sohasi va turlarida, ham bu qonun o`z ifodasini topishi lozim. Ana shu qonunni puxta bilgan, o`zidan oldingi davrlar matbuoti an'analarini, o`tmishning mohir jurnalistlari va publitsistlari ijodiy merosini, ular qoldirgan ijodiy omillarni chuqur egallagan va bu an'analar asosida ijod qilib, matbuotni yangi omillar bilan boyita oladigan ijodkorgina muvaffaqiyatga erisha olishi mumkin.

An'anaviylik va yangi omillar qonuni abadiy bo`lib, matbuotda ham davr bilan, uning uning taraqqiyoti bilan birlikda taraqqiy etib, takomillashib boradi. Shu kunimizda yaratilgan va hayot

sinovidan o'tgan yangi, ijodiy omillar kelgusi avlod uchun an'ana bo'lib xizmat qiladi.

MATBUOT VA JAMOATCHILIK FIKRI

Matbuotning ijtimoiy mohiyati, asosiy funksiyalari nuqtayi nazaridan qaraganda uning yana bir xususiyati – jamoatchilik fikrining ifodachisi ekanligida yaqqol ko'rinadi. Matbuot jamiyatning ijtimoiy-siyosiy, iqtisodiy va madaniy-ma'naviy hayotini aks ettirar ekan hamda ijtimoiy borliq bilan ijtimoiy ongning bir-biriga ta'sir ko'rsatishida faol harakat etuvchi omil vazifasini bajarar ekan bu borada jamoatchilik fikriga tayanib ish ko'radi.

Jamoatchilik fikri murakkab tushuncha bo'lib, u ijtimoiy ongning muhim bir qismini tashkil etadi. Ijtimoiy ong muayyan jamiyatning falsafiy, siyosiy, ma'naviy, estetik va boshqa qarashlari bo'lib, u ijtimoiy borliq - o'sha davrdagi jamiyatning moddiy hayot sharoitidan, iqtisodiy tuzum shaklidan kelib chiqadi. Jamoatchilik fikri ana shu ijtimoiy ongning zarur qatlamlaridan biri sanaladi. Jamoatchilik fikri jamiyatdagi kishilar, turli guruh yoki tabaqalarning ijtimoiy voqelikdagi fakt va hodisalarga yashirin yoki ochiq suratdagi munosabatini anglatuvchi ommaviy ong holatidir. Jamoatchilik fikri jamiyatda nazorat qiluvchi, maslahat beruvchi yoki majbur etuvchilik funksiyalarini bajarib, ijtimoiy hayotning u yoki bu masalalari, muammolari bo'yicha fikr-mulohazalar bildiradi, hukm chiqaradi. Chiqargan hukmlariga nisbatan jamoatchilik fikri baholash, tahlil qilish, amaliy tartibga solish funksiyalarini bajaradi va ijtimoiy munosabatlarning muayyan normalarini joriy qiladi. Jamoatchilik fikri o'z xarakteriga qarab ijobiy yoki salbiy bo'lishi mumkin. Jamoatchilik fikri jamiyat hayotining barcha sohalarini qamrab oladi va kichikdan kattaga, yakkadan umumiyga o'sib boradi. Ya'ni, jamoatchilik fikri ijtimoiy hayotdagi kichik bir masaladan tortib, butun insoniyat uchun taalluqli bo'lgan juda keng miqyosdagi masala va muammolarni ham qamrab olishi mumkin. Shu bilan

birlikda jamoatchilik fikri har qanday mas'ala yuzasidan ham ko'tarilavermasdan, balki, hayotda ijtimoiy qiziqish uyg'otadigan muhim va zarur masalalarni tanlab oladi.

Yuqoridagi qonuniyat, ya'ni kichikdan kattaga, yakkadan umumiyga o'sib borish jamoatchilik fikrining tug'ilish jarayonini ham belgilaydi. Ya'ni u bir shaxsning fikridan – jamoa fikriga, ayrim guruhlar, tabaqa, mamlakat va butun dunyo fikridan iborat bo'lishi mumkin. Jamoatchilik fikri yakdil yoki munozarali bo'lishi mumkin. Jamoatchilik fikri kelib chiqishi va ish ko'rishi jihatidan stixiyali (o'z-o'zidan kelib chiqqan) yoki tashkil etilgan bo'lishi mumkin.

Jamoatchilik fikri odamlarning ko'plashib, guruh-guruh, keyinchalik jamoa bo'lib yashagan davridan qolgan tabiiy ong holatidir. Keyinchalik hukmron sinflar, tabaqalar jamoatchilik fikrini o'z manfaatlariga bo'ysundirish uchun turli vositalardan foydalanganlar. Kommunistik tuzum davrida jamoatchilik fikri yakka g'oyaviy hukmronlikka so'zsi bo'ysundirilgan edi. Hozirgi davrga kelib jamoatchilik fikri jamiyatda hal qiluvchi ahamiyatga egadir. "Hozirgi vaqtda ommaning fikri tobora oshib borayotgan hokimiyatga ega bo'lib bormoqda, - deb yozadi amerikalik mashhur jurnalist Uolter Lippman. – Bu narsa hayot yoki mamotni hal qiluvchi kuchga aylanib bormoqda". Rivojlangan mamlakatlarda jamiyatni boshqarish jarayonida jamoatchilik fikriga kengroq tayanilmoqda, jamoatchilik fikrini mensimaydigan, yakka hukmronlik asosiga qurilgan tuzumlar inqirozga uchrarmoqda. O'z milliy mustaqilligiga erishgan respublikamiz ijtimoiy-siyosiy hayotida jamoatchilik fikriga tabora ko'proq ahamiyat berilmoqda, amalga oshirilayotgan ijtimoiy-iqtisodiy islohotlar, ma'naviyat masalalari, turli qonunlar jamoatchilik fikriga, umumxalq fikriga havola qilinib muhokama etilmoqda, o'lkamiz hayotiga doir muhim masalalar ko'plashib hal qilinmoqda.

Jamoatchilik fikri turli yo'llar va vositalar orqali ifoda etiladi. U avvalo so'z vositasida – oddiy og'zaki gap, "mish-mish"dan tortib turli yig'inlarda so'zlagan nutq, ma'ruza, muzokaralarda aks etadi. Mamlakatimiz asosiy qonunlarida o'z aksini topgan so'z erkinligi huquqi birinchi navbatda jamoatchilikka o'z fikrini bildirish

erkinligidir. Bu huquq turli jamiyatda turlicha hal etiladi. Jamoatchilik fikri shuningdek adabiyot va san'at asarlarida ham o'z ifodasini topishi mumkin. Insoniyat tarixida o'chmas iz qoldirgan buyuk asarlar odamlarga katta, olijanob g'oyalar, o'lmas fikrlar bera olgan asarlardir. Shuni ta'kidlash kerakki, badiiy adabiyot va san'at asarlarida jamoatchilik fikri to'ppadan-to'g'ri tarzda emas, yuksak badiiy shakl, mahorat bilan ifoda etilganidagina o'z maqsadiga erishishi mumkin.

Jamoatchilik fikri eng keng va bermalol zuhur topuvchi ijtimoiy kanal - matbuotdir. Matbuot ijtimoiy fikrni shakllantirish, xususiy qiziqishni umumiy qiziqishga aylantira olish xususiyatiga egadir. Matbuot jamoatchilik fikrining shakllanishi va tarqalishi hamda obyektga - o'quvchilar ongiga etib borishida eng ta'sirchan maydon hisoblanadi.

Matbuotning asosini tashkil etuvchi publitsistikaning asosiy vazifasi jamoatchilik fikrini shakllantirishdan iboratdir. Bunda publitsistikaning barcha turlari va janrlari ishtirok etadi. Jamoatchilik fikri matbuot va ommaviy axborot vositalarining barcha ko'rinishlarida - gazetalar, jumallar, radio va teleko'rsatuvlar faoliyatida doimiy ravishda o'z ifodasini topadi.

Matbuotda jamoatchilik fikrini aks ettirishning turli yo'llari mavjuddir. Bu borada ham kichikdan kattaga, oddiydan murakkabga qarab o'sib borish hodisasini ko'ramiz. Matbuot nashrlarida jamoatchilik fikrining eng boshlang'ich shakli muharririyatlarga kelgan xatlar orqali ifoda etiladi. Kishilar kundalik hayotining turli masalalari bo'yicha muharririyatlarga murojaat etishadi va turlicha fikr-mulohazalar bildiradilar. Ular orasida ijtimoiy ahamiyatga molik turli masalalar, muammolar bo'lishi mumkin. Bunday xatlar hozirgi o'zbek gazetalarini sahifalarida "Bizga yozadilar", "Gazetxonlar xatlaridan", "Taklif va mulohazalar" va boshqa ruknlar ostida berib boriladi. Jamoatchilik fikri ifodasining bu boshlang'ich shakli orqali kishilar kayfiyatini, ularni o'ylantirayotgan mummolarni bilib olish mumkin. Bu muhim masalaga keng e'tibor bergan matbuot nashrlari va ommaviy axborot vositalari o'z funksiyalarini bajarishda yaxshi natijalarga erishadilar, xalqchil va ommaviy

bo'ladilar. Aksincha, faqat rasmiy xarakterdagi materiallar bilan to'lib-toshgan, xalqdan, jonli fikrdan ajralib qolgan matbuot nashrlari inqirozga uchraydi. Ayrim matbuot nashrlarida jamoatchilik fikrini yo'naltirish uchun maxsus doimiy ruknlar tashkil etiladi. Har bir nashrning jamoatchilik fikriga qanchalik e'tibor berishi muharririyat rahbarlari, xodimlarning izlanuvchanligi, mahoratlariga bog'liqdir.

Yuqorida aytib o'tkanimizdek matbuotda jamoatchilik fikrini shakllantirish va aks ettirishda publitsistika asosiy o'rin tutadi. Publitsistika – shu kungi voqea, hodisa va muammolarni shu kungi jamiyatga, o'quvchilarga yetkazish, jamoatchilik fikriga havola etish, bu fikrni shakllantirish va nihoyasiga yetkazish demakdir. Jamoatchilik fikrisiz, ko'pchilikka doir muammo va masalalarni ko'tarib chiqishlarsiz publitsistika mavjud bo'lmaydi. Badiiy adabiyotdagi jamoatchilik fikridan farqli o'laroq publitsistikadagi jamoatchilik fikri ba'zan to'g'ridan-to'g'ri, badiiy publitsistikaga oid janrlarda esa ma'lum darajada badiiy vositalar orqali ifoda etiladi. Shu boisdan badiiy adabiyotni so'z san'ati, matbuot va publitsistikani esa so'z siyosati deyдилar.

Jamoatchilik fikrini ifoda etishda publitsistikaning har uch tarkibiy qismi ishtirok etadi. Uning boshlang'ich – informatsiyaga oid – xabardor etuvchi qismida ham jamoatchilik fikri o'ziga xos ravishda uyg'otiladi. Gazeta va jumallarda beriladigan informatsiyalar, radio orqali eshittiriladigan xabarlar, teleko'rsatuvlarda ko'rsatiladigan turli mavzulardagi axborotlar, lavhalar, reportajlar o'quvchi ongida qiziqish uyg'otishi, fikrini qo'zg'atishi mumkin. Buning uchun esa bu xildagi materiallar jonli, hayotiy bo'lmog'i zarur. Aksincha, kishilar ongida qiziqish uyg'otmaydigan, yuzaki, bir yoqlama xabarlar, lavhalar jamoatchilik fikrini qo'zg'otmaydi, matbuot nashrlari va ommaviy axborot vositalarining tasvir funksiyasini bajara olmasligiga, oqibat natijada inqirozga olib keladi.

Publitsistikaning tarkibiy qismi bo'lgan tahliliy publitsistikaning bosh vazifasi jamoatchilik fikriga xizmat qilishdir. Bu turga oid janrlar – maqola va uning xillari, suhbat, taqriz, sharh kabilar ijtimoiy-siyosiy, iqtisodiy va madaniy-ma'naviy hayotning turli

muammolarini ko'rib chiqadi va jamoatchilik fikriga havola etadi. Tahliliy publitsistikaning faoliyat ko'rsatishida gazetalar bilan bir qatorda jurnallar asosiy o'rin tutadi. Jurnallarning turli xillari - ijtimoiy-siyosiy jurnallar, ilmiy jurnallar, adabiy-badiiy jurnallar, hajviy jurnallar o'z sohalaridagi muammolarga e'tiborni qaratib, eng muhim masalalarga jamoatchilik fikrini uyg'otish bilan mashg'ul bo'ladilar. Bu borada mutaxassis publitsistlarning jamoatchilik fikrini uyg'otishdagi xizmatlari kattadir. Hozirgi zamon o'zbek publitsistlaridan A.Meliboyev, A.Ibrohimov, X.Do'stmuhammedov, K.Bahriyev va boshqalarning ijtimoiy va madaniy-ma'naviy hayotning turli masala va muammolari bo'yicha jamoatchilik fikrini uyg'otish borasidagi xizmatlari e'tiborga molikdir. O'zbek tahliliy publitsistikasi matbuotimizning tahlil funksiyasini bajarishda jamoatchilik fikriga tayanib ish ko'rmoqda.

Publitsistikaning uchinchi, eng mutabar qismi - badiiy publitsistika ham jamoatchilik fikrini shakllantirish uchun xizmat qiladi. Badiiy publitsistikaning asosiy janrlari - ocherk, felyeton, pamflet ijtimoiy hayot muammolarini: publitsistik va badiiy vositalar orqali ifoda etadi. Tabiiyki, bu janrning asosini jamoatchilik fikri tashkil etadi. Badiiy publitsistika tahliliy publitsistikadan farqli ravishda badiiy adabiyotning obrazlilik va boshqa tasviriy vositalaridan keng foydalanadi. Binobarin, badiiy publitsistikada jamoatchilik fikri yanada chuqurroq, obrazlar vositasida, chunonchi, hajviy publitsistikaga oid bo'lgan felyeton va pamfletda ijtimoiy kulgi orqali ifoda etilishi uning ta'sirchanligini yanada oshirishi mumkin. Hozirgi o'zbek matbuotida badiiy publitsistikada jamoatchilik fikrini uyg'otuvchi ayrim asarlar yaratilsa-da, bu borada qilinayotgan ishlar etarli emas. O'zbek badiiy publitsistikasi mustaqil yurtimizning ijtimoiy-siyosiy, iqtisodiy va madaniy-ma'naviy hayotidagi muammolarni yanada chuqurroq ochib berishi, jamoatchilik fikriga xizmat etishi lozim.

Matbuotda jamoatchilik fikrini aniqlashning qator tashkiliy shakllari ham mavjuddir. Gazeta va jurnallar sahifalarida, radio va teleko'rsatuvlarda tashkil etiladigan bahs, munozara, davra

suhbati, ma'lum mavzular haqida kishilar fikrini so'rab bilish, muhim qonunlar, hujjatlarning xalq o'rtasida muhokama qilinishi, anketalar tarqatish, so'rab chiqish, sotsiologik tadqiqotlar – shular jumlasidandir. Joylardagi sotsiologik tadqiqotlar markazlari bilan matbuot nashrlari ham doimiy aloqada bo'lib turishlari lozim.

Jamoatchilik fikrining bevosita amalga oshishida matbuotning ta'sir funksiyasi asosiy rol o'ynaydi. Jamoatchilik fikrining amalga oshishida boshqa tashkilotlar, davlat idoralari ham muhim o'rin tutadi. Masalan, O'zbekiston parlamenti tomonidan O'zbekiston Konstitutsiyasi, til haqidagi, yer haqidagi, OAV haqidagi va boshqa muhim qonunlar va hujjatlarning umumxalq muhokamasiga qo'yilishi fikrimizning dalilidir.

Milliy mustaqillikka erishgan O'zbekiston matbuoti va ommaviy axborot vositalarida jamoatchilik fikrini shakllantirish va rivojlantirishga katta e'tibor berilmoqda. "Mamlakatimizdagi ijtimoiy-siyosiy barqarorlik jamoatchilik fikrining holatiga etarli darajada bog'liq bo'lib, uni shakllantirishda ommaviy axborot vositalariga muhim o'rin beriladi, - deyiladi O'zbekiston Prezidenti I.A.Karimovning "O'zbekiston XXI asr bo'sag'asida: xavfsizlikka tahdid, barqarorlik shartlari va taraqqiyot kafolatlari" kitobida ⁷.

Jamoatchilik fikrining matbuotdagi o'rni va ahamiyatini chuqur his qilish, uning qonuniyatlarini bilish va undan foydalanish har bir bo'lajak jurnalistning muhim vazifasidir.

JURNALISTNING MAS'ULIYATI

Matbuot va ommaviy axborot vositalarining mohiyati, uning ichki, obyektiv qonunlari hayotga jurnalistika kasbiga ega bo'lgan kishilar tomonidan tatbiq etiladi. Jurnalistika nazariyasi ham nazariy, ham amaliy-ijodiy xususiyatlarga ega bo'lib, matbuot nashrlarining hamda ommaviy axborot vositalarining shu kundagi

⁷ Toshkent, "O'zbekiston", 1998, 176 bet.

faoliyatida bevosita qo'llaniladi. Bu esa, yuqorida aytganimizdek jurnalistika kasbi orqali amalga oshiriladi.

Jurnalistika kasbi avvalo ijodiy kasbdir. Ya'ni bu kasb matbuot nashrlari hamda ommaviy axborot vositalarida ishlash, matbuot materiallarini yozish va tayyorlash, nashrlar va axborot vositalarini chiqarish (efirga uzatish) va tarqatishda bevosita ishtirok etish, faoliyat ko'rsatish demakdir. Boshqacha qilib aytganda, jurnalist matbuotning funksiyalarini bajarishda bevosita ishtirok etuvchi shaxsdir. Bizga ma'lumki, matbuot ijtimoiy hayotni aks ettiradi, uni o'rganadi, tahlil qiladi va unga qaytadan ta'sir ko'rsatadi. Bu esa birinchi navbatda so'z vositasi bilan amalga oshiriladi. Shunday ekan, jurnalistika kasbi ijtimoiy hayotni so'z orqali tasvirlay bilish, xabar berish, tahlil qilish, so'z siyosati bo'lmish publitsistika bilan shug'ulanishni talab etadi. Tabiiyki, bu kasb kishidan yoza bilish, ijtimoiy hayot voqealarini so'z vositasida (shu bilan birlikda mikrafon, kamera, fotoapparat kabi texnik vositalari yordamida) tasvir eta bilish qobiliyatini talab qiladi. Demak, jurnalistika kasbi avvalo adabiy faoliyat, adabiy va informatsion ijodning bir ko'rinishidir. Bu esa mazkur kasb kishisidan alohida bir ijodiy layoqatni, iste'dodni talab qiladi. Jurnalist o'z layoqati, qiziqishi, ijodiy imkoniyati bilan matbuotning ma'lum bir sohasi (gazeta, jurnal, radio, teleko'rsatuv)da ishlashi, ma'lum bir mavzular va janrlarda ijod qilishi lozim. Bu kasb doimiy mehnat, aql va his-tuyg'ular idrokini, ijodiy mahoratni talab qiladi. Ana shu talablarga javob bergan kishigina bu kasbda etarli darajada faoliyat ko'rsata oladi. Aksincha bo'lsa - muvaffaqiyat qozonishi mumkin emas.

Jurnalistika kasbi faqat bu bilangina cheklanib qolmaydi, balki u matbuotning ijtimoiy tabiati, funksiya va tamoyillaridan kelib chiquvchi talablariga ham bo'ysunadi. Ya'ni, jurnalistika kasbi faqat adabiy ijod faoliyatidangina iborat bo'lib qolmasdan ijtimoiy-siyosiy faoliyat hamdir. Illo jurnalist ijtimoiy voqelikni shunchaki, beehtiros qayd etuvchi emas, balki o'z jamiyati, o'z xalqi, o'z millati, o'z vatanining manfaat va maqsadi uchun kurashchi, faol siyosatchi, jamoat arbobi ham bo'lishi shart. Zero matbuot kishilik jamiyatida, ma'lum davr va ma'lum tuzumda ish ko'radi.

Matbuot va unda ishlovchi jurnalist mehnati uning qaysi jamiyatda yashashi, qanday kuchlarga xizmat qilishi, qanday dunyoqarashga ega bo'lishi va qanday g'oyalarni olg'a surishi nuqtayi nazaridan o'lchanadi hamda u yo taraqqiyparvar yoki teskarichi bo'lishi mumkin. Hamma davrlarda qotib qolgan, eskirgan g'oyalar va teskarichi kuchlarga xizmat qiluvchi jurnalistlar ommadan uzoq, xalqqa yot reaksiyon g'oyalarni olg'a surganlar. Faqat o'sib kelayotgan va tarixiy taraqqiyotga javob beruvchi kuchlar tarafdorlari bo'lgan jurnalistlarga xalq ommasining tub manfaatlarini ifoda etadi, yaxshilikka, to'g'rilikka, adolatga, taraqqiyotga xizmat qiladi.

Jahonning mutafakkir kishilari jurnalistika kasbiga katta baho berganlar va jamiyatga xizmat qilishning eng yuksak namunasi deb bilganlar. Qo'shni rus jurnalistikasining atoqli namoyandalari orasida buyuk shoir A.S.Pushkin, atoqli olim M.V.Lomonosov, xalqparvar publitsist N.G.Chernishevskiy, A.I.Gersen va hoshqalarning nomlari ma'lum. Ular haqiqiy jurnalist xalq manfaati uchun, ozodlik uchun, ezgulik uchun tolmas kurashchi bo'lishi lozimligini ta'kidlagan edilar.

Qadimiy o'lkamiz – Turkistonda jurnalistikaning kasb sifatida shakllanishi masalasiga kelsak o'tmishda hali matbuot shakllanmagan paytlarda uning funksiyasini ham yozma adabiyot bajarib kelganligini ko'rgan edik. Bu jihatdan o'zbek mumtoz adabiyotining atoqli vakillari Alisher Navoiy, Bobur, keyinchalik Muqimiy, Furqat va Zavqiylar ham o'z asarlarida o'z davrlarining muhim muammolarini ko'tarib chiqdilar. Shu munosabat bilan ularni o'zbek publitsistikasining boshlovchilari deyishimiz mumkin. Ammo bevosita jurnalistika kasbi matbuot nashrlarining paydo bo'lishi bilan bog'liqligini nazarda tutsak bu kasbning o'tgan asrning oxirlarida paydo bo'lganligini ko'ramiz. 1870–yildan boshlab nashr etila boshlangan “Turkiston viloyatining gazetisi”da shoir Furqat, Ishoqxon to'ra, Nodim Namangoniy va hoshqalar hamkorlik qildilar. XX asrning boshlarida vujudga kelgan Turkiston milliy uyg'onish matbuotida esa bu harakatlarning atoqli namoyandalari M.Abdurashidxonov, M.Behbudiy, A.Avloniy, H.Niyoziy, S.Ayniy va hoshqalar faol ishtirok etdilar. Bu atoqli

ijodkorlar jurnalistika kasbini xalqqa, millat manfaatlariga, taraqqiyotga xizmat qilish deb bildilar. Keyinchalik ularning an'analarini A.Qodiriy, Cho'lpon, Fitrat va boshqalar davom ettirdilar. Keyingi davr adiblari G'.G'.ulom, A.Qahhor va boshqalar ham jurnalistika kasbi bilan samarali shug'ullandilar. Atoqli o'zbek jurnalistlarining boy va sarmazmun an'analarini hozirgi zamon o'zbek jurnalistlari davom ettirib kelmoqdalar.

Shuni aytish kerakki, jurnalistika kasbi eng qadimiy kasblardan biridir. U matbuot paydo bo'lishi bilan kelib chiqdi va rivojlandi. Matbuotning dastlabki kurtaklari paydo bo'lgan davrda unda ishlovchilarni "gazettant"lar, maxsus yangiliklarni yetkazib beruvchilarni esa "novellant"lar deb atashgan. "Jurnalist" atamasi keyinchalik – vaqtli matbuotning alohida bir turi bo'lgan jurnallar kelib chiqishi bilan qo'llanila boshlandi. Keyinchalik bu so'zning mazmuni kengayib, matbuotning barcha turlari bilan shug'ullanuvchi kishilarga ham tegishli bo'ldi.

Matbuot taraqqiy etishi bilan bu kasbning turli qirralari, xillari paydo bo'ldi. Matbuot nashrlariga xabar yetkazuvchi jurnalistlar – muxbir, reportyor (inglizcha – yangilik yetkazuvchi) deb atala boshladi. Keyinchalik matbuot va adabiy ijod rivojlanishi bilan publitsist, sharhlovchi, matbuotning ma'lum janrlari bo'yicha ijod qiluvchi – felyetonchi, ocherkchi kabi turlari paydo bo'ldi. Matbuot nashrlarini bevosita tayyorlash va chiqarish bilan bog'liq bo'lgan muharrir (redaktor), korrektor (lotincha – tuzatuvchi), matbaachi kabilar kelib chiqdi. Ommaviy axborot vositalarining paydo bo'lishi bilan fotojurnalist, telejurnalist, diktor, operator kabi kasblar ham paydo bo'ldi. Matbuot va ommaviy axborot vositalari taraqqiy eta borishi bilan bu tarmoqlanish yana davom etaveradi.

Jurnalist mehnatining uch asosi va uch tarkibiy qismi mavjuddir. Jurnalist mehnatining ijtimoiy-siyosiy va huquqiy asosi uning qaysi jamiyatda, qanday mafkura va dunyoqarashga xizmat qilishidan kelib chiqadi. O'z milliy mustaqilligiga erishgan O'zbekistonda jurnalistika kasbining ijtimoiy-siyosiy va huquqiy asoslari ko'rsatib berilgan. Bu o'z xalqi, o'z vatanining ravnaqi uchun, mustaqillikni yanada mustahkamlash, milliy taraqqiyotga

erishish, adolat va demokratiya yo`lida ijod qilishdan iborat. Jurnalist mehnatining huquqiy asoslari parlamentimiz tomonidan qabul qilingan “Ommaviy axborot vositalari to`g`risida”, “Jurnalistik faoliyatni himoya qilish to`g`risida”, “Axborot olish kafolatlari va erkinligi to`g`risida” kabi qonunlar va O`zbekiston Konstitutsiyasida belgilab berilgan. Bizning jamiyatimizda jurnalistika kasbi ulug`lanadi hamda unga yuksak talablar qo`yiladi. Mustaqil O`zbekiston jurnalisti o`z xalqi va vataniga sodiq, munosib bo`lmog`i kerak.

Jurnalist mehnatining iqtisodiy asosi haqida gapirganimizda uning mehnatga muvofiq to`lov — maosh, qalam xaqi, mukofotlar kiradi. Bunda har bir jurnalist bilan muassislar, muharririyat o`rtasida maxsus bitim asosida ish olib boriladi. Bizda iste`dodli, o`z kasbining haqiqiy egasi bo`lgan jurnalistlar uchun etarli darajada iqtisodiy shart-sharoitlar yaratilmoqda. Eng yaxshi jurnalistlar davlatimizning mukofotlariga sazovor bo`lmoqda, el orasida ardoqlanmoqda.

Jurnalist mehnatining ma`naviy asosini jurnalistning ichki dunyosi, e`tiqodi, maqsadi belgilaydi. O`z qalami bilan xalqqa, vatanga, ezgulikka, adolat va haqqoniylikka xizmat qilish har bir jurnalistning oliy burchidir.

Jurnalist mehnatining uch tarkibiy qismiga kelganimizda jurnalist birinchi navbatda muallif, yozuvchidir. Matbuot va ommaviy axborot vositalarida o`z asarlari bilan doimiy suratda ishtirok etish — jurnalistning bosh vazifasi, birinchi navbatidagi ishidir. O`z kasbini puxta egallab olish, o`tkir qalam egasi bo`lish, ijtimoiy hayotni chuqur o`rganish va uning muammolarini ko`tarib chiqish, ijtimoiy nuqson va illatlarga murosasiz bo`lish, doimo izlanish, ijodiy mahoratini oshirib borish jurnalistning ijodiy qiyofasini belgilovchi bosh mezondir. O`z ustida ishlaydigan, kam mahsul, “qotib qolgan” jurnalist o`z funksiyasini bajara olmaydi.

Jurnalist mehnatining ikkinchi muhim tarkibiy qismi esa muharrirlik, tahrirchilikdan iborat bo`lib, har bir matbuot xodimi o`zi ijod qilishi bilan bir qatorda mohir tahrirchi, puxta muharrir ham bo`lishi talab etiladi. Ya`ni jurnalist faqat o`zi yozibgina

qolmasdan balki boshqa mualliflarining materiallarini, kishilarning xat-xabarlarini matbuot nashrlari yoki ommaviy axborot vositalari uchun tayyorlab bera bilishi lozim. Jurnalist mehnatining bu muhim qismi undan katta bilim va mahorat talab qiladi. Tahrirning bosh vazifasi tahrir qilinayotgan asarning g'oyaviy-badiiy qimmatini oshirish, yuqori takomilga erishtirishdan iboratdir. Tahrir san'ati jurnalistdan chuqur bilimga ega bo'lishni, tilning qonun-qoidalarini chuqur bilishni, yaxshi uslubchi bo'lishni talab qiladi.

Matbuot xodimining ish faoliyatida uning tashkilotchilik xususiyati ham muhim ahamiyatga egadir. Bu – matbuotning bosh funksiyalaridan, uning hayotga bevosita ta'sir etish xususiyatidan kelib chiqadi. Jurnalist yozish va tahrir qilishdan tashqari matbuot materiallarini uyushtirish, ularning ta'sirchanligini ta'minlash, samaradorligini oshirish uchun doimiy kurashishi ham lozim. Bu esa jurnalistdan ijtimoiy hayotga bevosita aralasha bilish, katta obro'ga ega bo'lish, tadbirkor va ishbilarmon, hozirjavob bo'lishni talab qiladi.

✧. Mustaqil respublikamizda jurnalistika kasbiga bo'lgan talab tobora oshib bormoqda. Bizda ommaviy axborot vositalari va ularda xizmat qilayotgan ijodkorlarning erkin, keng qamrovli, oshkora faoliyat ko'rsatishlari, vatanimiz ravnaqi, xalq baxt-saodati, millatimiz kamolati yo'lida ijod qilishlari uchun barcha imkoniyatlar mavjuddir. Respublikamizda 495 ta gazeta, 113 jurnal, 3 ta axborot agentligi, 52 ta telestudiya, 5 ta radiostudiya, 3 ta teleradiostudiyalar mavjud bo'lib, erkin faoliyat ko'rsatib kelmoqdalar. Bu keng tarmoqli matbuot nashrlari va ommaviy axborot vositalarining ijodiy xodimlari o'z kasblarini ulug'lab, mustaqil respublikamizga munosib xizmat qilib kelmoqdalar. O'zbekiston Jurnalislrlar uyushmasi va boshqa ijodiy tashkilotlar bu kasb egalarining ijodiy kamolotlarini ta'minlashda, ularning haq-huquqlarini himoya qilishda muntazam ish olib bormoqdalar. O'zbekiston respublikasining jurnalistlari, qalam ahlari va bo'lajak jurnalistlar o'z oldilariga qo'yilgan yuksak burchni albatta oqlaydilar.

OMMAVIY AXBOROT VOSITALARI TIPOLOGIYASI

KIRISH

Ommaviy axborot vositalari tipologiyasi Ommaviy axborot vositalari nazariyasi fanining mantiqiy davomi hisoblanadi. Ommaviy axborot vositalari nazariyasi matbuotning mohiyati, ichki qonuniyatlari to'g'risidagi fan bo'lsa, mazkur fan matbuotning aniq, muayyan ko'rinishlari to'g'risida bahs yuritadi. Ommaviy axborot vositalari nazariyasi matbuotning ijtimoiy tabiati, uning funktsiya va prinsiplari va boshqa ichki qonuniyatlarini o'rganar ekan, uni bir butun holda tekshiradi, talqin etadi. Holbuki, ommaviy axborot vositalari qator muayyan ko'rinishlarga egadir. Ularning tashqi ko'rinishlari turlicha bo'lishi, chunonchi qog'ozga bosilgan bosma so'z shaklida yoki tovushni qabul qiluvchi yoki ham tovush, ham tasvirni qabul qiluvchi apparat shaklida o'z ifodasini topishi mumkin. Ommaviy axborot vositalarining nomi ham turlicha: varaqa, gazeta, jurnal, radio, teleko'rsatuvlar va boshqalardir. Bu vositalarning informatsiya tarqatish va ommaga ta'sir ko'rsatish yo'llari ham turlichadir. Ammo ommaviy axborot vositalarining mazkur barcha turlarini birlashtirib turuvchi umumiy narsa— ularning matbuot qonuniyatlari asosida ish ko'rishidir. Shuning uchun ham u matbuot nazariyasi bilan bog'lanib ketadi, ta'bir joiz bo'lsa matbuot nazariyasi kursi matbuotning asosi, «poydevori»ni o'rgansa, ommaviy axborot vositalari tipologiyasi uning ko'zga ko'rinib turgan tomonlari haqida bahs yuritadi. Bu jihatdan u matbuot turlari bilan nazariy hamda amaliy — tanishtiruv vazifasini bajaradi.

O'zbekiston Respublikasining 1997—yil 26—dekabrda qabul qilingan «Ommaviy axborot vositalari to'g'risida»gi qonunga muvofiq gazetalar, jurnallar, axborotnomalar, byulletenlar, axborot agentliklari, televideniya (kabelli, efir—kabelli televideniya) va radio eshittirishlar, hujjatli kino, elektron axborot tizimi, shuningdek, doimiy nomga ega bo'lgan, davlat tasarrufidagi, mustaqil va boshqa ommaviy davriy nashrlar ommaviy axborot

vositalari hisoblanadilar⁸. Demak, Ommaviy axborot vositalari tipologiyasi ana shu umumiy axborot vositalarining eng asosiylari — gazetalar, jurnallar, radio, televideniya, axborot agentliklari hamda matbuotning alohida bir turi boʻlgan kitob nashriyotlari, ularning umumiy, mushtarak qonuniyati hamda oʻziga xos xususiyatlari, faoliyatini oʻrganadi. Shuningdek, mazkur axborot vositalarining dunyoga kelish tarixi, rivojlanish yoʻllari va kelgusidagi taraqqiyoti masalalari ham koʻrib oʻtiladi. Har bir ommaviy axborot vositalarining ichki tuzilishlari, matbuot tasnifida egallagan oʻrni, ahamiyati, boshqa masalalar ham mazkur OAV tipologiyasining bahs mavzuiga kiradi.

Jamiyat taraqqiyoti bilan ommaviy axborot vositalarining xillari ham koʻpayib, ularning nomlanishi ham oʻzgarib bormoqda. Aslida matbuot turlari boʻlib hisoblangan bu ijtimoiy hodisalarning yigʻindisi «jurnalistika» atamasi bilan ham ataladi. Ammo hozirgi davrga kelib, ular «Matbuot va ommaviy axborot vositalari» yoki toʻppadan — toʻgʻri «Ommaviy axborot vositalari» deb nomlanmoqda. Aslida ular matbuot turlari (ayrimlari matbuotning texnikaga, toʻgʻrirogʻi elektron texnikaga asoslangan turlari boʻlsa ham) deb nomlanishi mumkin.

OMMAVIY AXBOROT VOSITALARINING VUJUDGA KELISH ASOSLARI

Ommaviy axborot vositalarining vujudga kelish asoslari avvalo matbuotning mohiyati, uning insoniyat jamiyatida tutgan gʻoyatda muhim oʻrni bilan bogʻliqdir. Maʼlumki, matbuot ijtimoiy hayotni aks ettirish shakllaridan biri, voqelikni bilish, tadqiq etish va unga qaytadan taʼsir etishning muhim vositasidir. Ijtimoiy informatsiya yigʻish va tarqatishdan iborat boʻlgan ulkan funksiyani bajaruvchi matbuot insoniyat tarixida, jamiyat hayotida naqadar muhim ijtimoiy-siyosiy ahamiyatga ega ekanligini uning taraqqiyoti

⁸ Toʻrtinchi hokimiyat. Oʻzbekiston Respublikasining qonunlari, qarorlari va boshqa hujjatlari toʻplami Toshkent, Oʻzbekiston, 1998, 63 —bet.

davomida turli xil ko`rinishlar kasb etganligida ham yaqqol ko`rinadi.

Matbuotning dastlabki ko`rinishlari borasida matbuotshunoslik fanida turli ma`lumotlar mavjuddir. Matbuot tarixiga oid asarlarda bayon etilishicha, matbuotning dastlabki kurtaklari eramizdan oldingi davrlarda Messopotamiyada va Xitoyda paydo bo`lgan loydan yasalgan va keyinchalik Rimda gipsdan yasalgan taxtachalar ko`rinishida dunyoga kelgan⁹. Jumladan, Rim davlatida bir necha yuz yilliklar davomida (eramizdan oldingi birinchi asrlardan eramizning ikkinchi asrigacha) turli yangiliklar haqidagi ma`lumotnomalar chiqarib turilgan. «Acta Senatus» («Senat voqealari») va «Acta populi Romani» («Rim xalqi hayotidan olingan voqealar») deb nomlangan va gips taxtachasiga yozib qo`yiladigan bu qaydnomalarda Rimning o`sha davrdagi oliy boshqaruv hokimiyati markazi — Senat va shahar aholisi hayotida bo`lib o`tgan muhim voqea va hodisalar bayon etilgan hamda ular shaharning gavjum joylariga qo`yib qo`yilgan, ulardan yozma nusxalar olinib boshqa shaharlarga ham yuborilgan. Keyinchalik Yaponiyada ham «Yomkuri Kavaraban» («O`qish taxtasi») deb nomlangan, sopolga o`yilib, xumdonda pishirilgan maxsus ma`lumotnomalar chiqarilganligi haqida ham ma`lumotlar bor.

Garchi yuqorida keltirilgan misollar matbuotning ilk kurtaklari hisoblansalar-da, bu xil o`ziga xos nashrlar ko`plab chiqarish va tarqatish uchun noqulay bo`lganliklari uchun etarli darajada ommalashmadi. Keyinchalik qog`oz ixtiro qilinishi bilan bunday nashrlarning o`mini qo`lyozma varaqalar egallay boshladi. Jamiyat taraqqiy etishi bilan kishilarning informatsiyaga bo`lgan talabi ortdi, jamiyatdagi ayrim tabaqalarning matbuotga bo`lgan ijtimoiy-siyosiy va iqtisodiy ehtiyojlari ham o`sib bordi. Bu esa yozilishi va tarqatilishi ancha qulay bo`lgan qo`lyozma varaqalarning kelib chiqishiga sabab bo`ldi. XVI asrda dengiz yo`llari tutashgan, savdo

⁹ Prof. F. A. Mo`minovning «Jurnalistika ijtimoiy instituti sifatida» (Toshkent, «Universitet», 1998) kitobida yuqoridagi va jurnalistikaning vujudga kelishi borasidagi boshqa ko`pgina qiziqarli ma`lumotlar keltirilgan (12 —23 —betlar).

—sotiq rivojlangan Venetsiyada maxsus qo'lyozma varaqalar chiqarildi, unda bozorlardagi narx-navolar, savdo kemalarining kelib-ketishi va boshqa zarur yangiliklar xabar qilinardi. Bu varaqalar o'sha davrda Venetsiyada muomalada bo'lgan va «gazette» deb ataluvchi kumush tangaga sotilgani uchun «gazeta» nomini olgan edi. Keyinroq Yevropada ham qo'lyozma varaqalar keng tus oldi, chunonchi Angliyada «News letters» («Yangiliklar varaqalari») chiqarila boshlandi. Shuningdek, Germaniya, Fransiya, Shvetsiya va boshqa mamlakatlarda ham «Uchar varaqalar» degan nom olgan qo'lyozma varaqalar keng ommalashdi. Xuddi shu davrda Rossiyada Ivan Grozniy davrida «Слово» degan qo'lyozma varaqalar ham paydo bo'lgan va unda rus podshosining markazlashgan rus davlati tuzish borasidagi siyosati oldinga surilgan. Keyinchalik rus podsholigi tomonidan «Куранты» degan qo'lyozma gazeta chiqarila boshlangan.

Shuni aytish kerakki, insoniyat tarixidagi ayrim yo'nalishlarga oid matbuot nashrlari ham dastlab qo'lyozma varaqa sifatida dunyoga kelgan Jumladan, XIX asr oxiridan XX asr oxirigacha faoliyat ko'rsatgan kommunistik matbuot ham dastlab qo'lyozma varaqalar tarzida boshlanganligi ma'lumdir.

O'zbek matbuoti tarixida ham qo'lyozma varaqalar ma'lum o'rin egallab kelgan. Chunonchi, hali o'zbek matbuoti tub ma'noda shakllanmagan bir paytda uning funksiyasini bajargan o'zbek demokratik adabiyotining yirik namoyondalari Muqimiy, Zavqiylar o'z zamonining ijtimoiy illatlarini fosh etgan hajviy she'rlarini qo'lyozma holda tarqatganlar, ko'pchilik o'qiydigan joylarga osib, yopishtirib qo'yanlar (masalan, Zavqiyning mashhur «Ahli rasta hajvi» she'ri). Bundan ko'rinib turibdiki, qo'lyozma varaqalar ham o'z davrida muhim informatsion va ijtimoiy-siyosiy funksiyalarni bajargan. Yuqoridagi misollar esa matbuotning dastlabki ko'rinishi qo'lyozma varaqalar shaklida paydo bo'lgan, deyish uchun asos bo'la oladi. Demak, qo'lyozma varaqalar hali tub ma'nodagi matbuot paydo bo'lgunga qadar uning dastlabki turi, ko'rinishi sifatida xizmat qilgan.

Jamiyat taraqqiy etishi bilan qo'lyozma varaqalar (qo'lda yozilishi va ko'paytirilishi qiyinligi boisidan) talabga javob bermay

qoladi. Fan-texnikaning o'sishi va bosma dastgohning ixtiro qilinishi tom ma'nodagi matbuotning vujudga kelishida hal qiluvchi ahamiyatga ega bo'ldi. XY asrning o'rtalarida Germaniyada M. Gutenberg va bundan yuz yilcha keyinroq Rossiyada I. Fyodorov tomonidan kashf etilgan bosma dastgohlarda ilk kitoblar bosildi, so'ng undan matbuot nashrlari chiqarish uchun qo'llanila boshlandi. Yevropada birinchi matbuot nashrlari paydo bo'ldi, ular Venetsiyada chiqarilgan va ancha ommalashgan qo'lyozma varaqalarning nomi bilan — gazeta deb atala boshladilar. Ular Germaniyada 1609—yilda chiqa boshlagan «Aviso», «Relation» va «Oder zeitung», Angliyada 1622—yildan buyon dunyo yuzini ko'rgan «Wekly News from», Fransiyada 1631—yildan nashr etilgan «La—Gazette» kabi nashrlar edi. Birinchi bosma gazetalarda asosan, savdo —sotiq xabarlar, mamlakatlarda bo'layotgan voqea va hodisalar yoritiladi. Keyinchalik ijtimoiy — siyosiy yo'nalishdagi gazetalar paydo bo'ldi, masalan, XVIII asrda Fransiya inqilobi davrida Jan Pol Marat tomonidan «Ami du peuple» («Xalq do'sti») va boshqa gazetalar nashr etildi.

Rossiyada birinchi gazeta 1702—yildan boshlab rus podshosi Petr I tomonidan nashr etilgan «Ведомости» gazetasi bo'ldi. Turkistonda esa 1870—yildan e'tiboran nashr etilgan «Туркестанские ведомости» va uning o'zbek tilidagi ilovasi «Turkiston viloyatining gazetasi» bo'ldi.

Shunday qilib, gazeta matbuotning asosiy turiga aylandi, hamda ijtimoiy informatsiya yetkazishning muhim vositasi sifatida jamiyat hayotidan o'z munosib o'rini oldi. Turgan gapki, jamiyatdagi hukmron sinflar va tabaqalar gazetadan o'z maqsad va manfaatlari yo'lida foydalana boshladilar. Ma'lumki, gazeta dastlab jamiyatda yakka hukmdorlar hukmronligi davrida vujudga keldi va shu boisdan ularning ta'sirida ish ko'rdi. Yevropada chiqqan gazetalar o'sha mamlakatlar hukmdorlarining manfaat va maqsadlari yo'lida xizmat qildi. Rossiyada chiqqan birinchi bosma gazeta — «Ведомости» podsho Petr I bevosita ishtiroki bilan chiqarilgan va tabiiyki, uning manfaati uchun xizmat qilgan. O'lkamizdagi ilk gazeta— «Turkiston viloyatining gazetasi» ham Turkistonni bosib

olgan podsho Rossiyasining mustamlakachilik siyosatiga xizmat qilganligi ma'lum. Keyinchalik, hokimiyat tepasiga kelgan burjuaziya hukmdorligi davrida gazetachilik har taraflama taraqqiy etdi, bunga sabab burjuaziya sinfi gazetadan ham iqtisodiy, ham siyosiy jihatdan foyda ola boshladi. Ya'ni, bu davrga kelib, gazeta ham bozor mahsuloti, foyda keltirish manbaiga aylandi.

Keyinchalik jamiyatda gazetaning roli yanada oshdi. XIX asrning o'rtalarida mafkura maydoniga kirib kelgan kommunistik ta'limot ham o'z g'oyalari ommaga singdirish uchun gazetadan keng foydalandi. Unga qarama—qarshi ravishda erkin dunyo matbuotining ifodasi bo'lgan gazetachilik ham o'sdi, taraqqiy etdi. Umuman olganda, matbuotning ilk ko'rinishi bo'lgan gazetalar ijtimoiy-siyosiy manfaatlardan tashqari umuminsoniyat madaniyati taraqqiyotiga ham muhim hissa qo'shdi. Gazetalar matbuotning eng ilk va hammabop turi bo'lib yuzaga keldi va shunday bo'lib qoldi. Gazetalar faoliyati asosida matbuotning ichki qonuniyatlari, bosh qoidalari vujudga keldi, gazetachilik — matbuotshunoslik fani paydo bo'ldi. Mana, to'rt asrdan buyon gazeta insoniyatning ijtimoiy-siyosiy, madaniy — ma'naviy hayotining ajralmas bir bo'lagiga aylandi va unga xizmat qilib kelmoqda.

Ammo gazeta insoniyatning ijtimoiy — siyosiy va madaniy — ma'naviy ehtiyojlarini qondirish uchun qanchalik xizmat qilmasin jamiyat taraqqiyoti yana bir matbuot turiga ehtiyoj sezdi, natijada yana yangi bir matbuot turi dunyoga keldi, u — «jurnal» deb nom oldi. Bu so'z frantuzcha «Journal» — «kundalik» degan ma'noni bildirsa-da, aslida har kuni emas — ko'proq muddatda — bir oyda bir marta chiqib turadigan matbuot turiga aytiladigan bo'ldi. Xo'sh, jurnalning kelib chiqishiga sabab nima, uning matbuot tasnifidagi o'rnini qanday?

Jurnal — gazetadan farqli ravishda jamiyat ijtimoiy — siyosiy, iqtisodiy va madaniy-ma'naviy hayotining ichki, chuqur qatlamlarini o'zida aks ettiruvchi matbuot nashridir. Insoniyat jamiyatining taraqqiyoti, inson aql-tafakkurining rivojlanishi natijasida ana shunday matbuot turiga ehtiyoj sezildi. Shu bilan birlikda mavjud sinflar, tabaqalar o'zlarining chuqur ijtimoiy-siyosiy, falsafiy, huquqiy, ma'naviy-estetik qarashlarini ishlab

chiqish zaruratini sezdilar. Gazetalarning imkoniyatlari esa bunga yo'l bermadi, shu boisdan jurnal kelib chiqdi. Birinchi jurnal Yevropada dunyoga keldi, bu - 1655-yilda Parijda nashr etilgan «Journal de Savans» bo'lib, unda adabiyot, falsafa va tabiiy fanlarga doir kitoblarga sharhlar bosilar edi. Xuddi shu davrda Angliyada falsafaga bag'ishlangan ilmiy jurnal nashr etildi. Rossiyada birinchi jurnal 1725-yilda «Ведомости» gazetasiga ilmiy ilova sifatida chiqarildi. Turkistonda chiqqan birinchi jurnal 1913-yilda nashr etilgan «Oyina» bo'ldi.

Shunday qilib, jurnal ham matbuot tasnifidan mustahkam o'rin oldi va insoniyat tafakkurini o'stirishda, jamiyatda ilm-fan, madaniyat va ma'rifatning taraqqiy etishida, adabiyot va san'atning rivojida muhim rol o'ynadi. Turgan gapki, jamiyatdagi mavjud sinflar, tabaqalar, guruhlar jurnallardan o'z maqsad va manfaatlari yo'lida, ichki qarash va g'oyalari ishlab chiqish hamda ommaga yetkazish uchun foydalandilar. Masalan, kommunistik ta'limot tarafdorlari jurnalni o'z qarashlarini keng yoyish uchun vosita deb bilsalar jahondagi ilg'or fikr va qarashlarga tayanuvchi kuchlar jurnal orqali umuminsoniy, taraqqiyparvar g'oyalari ommaga yetkazdilar. Chunonchi ilg'or rus ijtimoiy fikri namoyondalari jurnal orqali ozodlik, erkinlik, xalqparvarlik g'oyalari targ'ib qilishdi. XIX asr oxiri va XX asr boshlarida Turkistonda faoliyat ko'rsatgan jadid ma'rifatparvarlari esa o'z jurnallari orqali taraqqiyparvarlik, milliy ozodlik tushunchalarini omma ongiga singdirdilar. Jurnal vaqtli matbuotning asosiy turlaridan biri sifatida insoniyat ma'naviy hayotidan mustahkam o'rin oldi.

Matbuotning jamiyat hayotidagi ahamiyati shu qadar kattaki, insoniyat kashf etgan har bir yangilik, har bir imkoniyat matbuot uchun qo'llaniladi, ya'ni ommaga informatsiya tarqatishning har qanday usuliyu xoh bosma so'z, xoh og'zaki bo'lsin, matbuot sifatida foydalanish mumkinmi—yo'qmi— sinab ko'riladi. Shunga binoan, XIX asrning oxiri va XX asrning boshlarida matbuotning mavjud tasnifiga uning butunlay yangi turi— radio kirib keldi. Radio so'zi, yunoncha «radij» — nur taratish degan ma'noni bildiradi. Radio matbuotning o'ziga xos — elektron texnikaga asoslangan alohida bir turidir. Radio — tub ma'noda matbuot

emas, ya'ni so'zni bosma usul bilan ko'paytirish emas, balki «og'zaki», elektron texnika yordamida ko'paytirish, uzoq masofaga, keng hududga tarqatish orqali ish ko'radi. Radioning ana shu xususiyati, ya'ni, matbuot tasnifiga bevosita sig'maganligi boisdan u qo'shilgandan so'ng, bu tasnif-ommaviy axborot vositalari deb yuritila boshlandi. Ammo, radio ham o'z mohiyati bilan matbuotning bir turi hisoblanadi, matbuot qoidalari asosida ish ko'radi. Rus olimi A.S.Popov dunyoda birinchi bo'lib, elektr signallarni uzoq masofaga simsiz uzatish asbobini yaratdi va 1985—yil 7—mayda uni Rus fizika-texnika jamiyatida namoyish qildi. Radiotelegraf deb atalgan bu moslama dastlab aloqa vositasi sifatida qo'llanildi va ma'lum muddatdan so'ng, XX asrning boshlarida matbuotning texnikaga asoslangan o'ziga xos bir turi sifatida ommaviy axborot vositalari tasnifiga kirib keldi. 1920—yilda AQSH da, 1922—yilda Angliyada, shu yili Rossiyada dastlabki radio eshittirishlar boshlandi. O'zbekistonda esa birinchi radio eshittirish 1927—yil 11—fevralda efirga chiqarildi. Shunday qilib, radio ommaviy axborot vositalari tizimini boshlab berdi va matbuot tasnifida hamda insoniyatning madaniy—ma'naviy hayotidan mustahkam o'rin oldi. Radio ijtimoiy informatsiya tarqatishning eng qulay, tezkor va o'ziga xos vositasi sifatida insoniyatga bemisl xizmat qilib kelmoqda.

Matbuot doimo jamiyat bilan birgalikda taraqqiy etadi, takomil topadi. XX asrning o'rtalariga kelib, matbuot tasnifida katta bir yangilik, sifat o'zgarishi yuz berdi — televideniya ixtiro qilindi. Bu buyuk kashfiyotning dunyoga kelishida turli mamlakatlardagi ko'pgina olimlar, mutaxassislar bilan bir qatorda toshkentlik tadqiqotchilar B.Grabovskiy va V.Belyanskiylar xam o'z hissalarini qo'shdilar. Televideniya — uzoqdan ko'rish degan ma'noni bildiradi. Televideniya radiodan farqli ravishda faqat ovoznigina emas — bir vaqtning o'zida tasvirni ham ko'paytirib, uzoq masofa va keng hududga yoyish imkoniyatini beradi. Televideniya paydo bo'lishi bilan ijtimoiy hayotni gazeta va jurnaldagi kabi so'z orqali tasvirlash, radiodagi kabi ovoz orqali ifodalash emas, balki bevosita ko'rsatish imkoniyati tug'ildi. Bu esa televideniyaning matbuot turlari orasidagi rolini yuqori ko'tardi. Televideniya o'z faoliyatida

ijtimoiy informatsiya berish, voqea va hodisalarni bevosita ko'rsatish jarayonida kino, teatr, muzika va boshqa san'atlar vositasidan ham keng foydalana olishi uning ommaviyligi, jozibasining oshishiga sabab bo'ldi. Televideniya tub ma'noda matbuot bo'lmasa—da (ya'ni, so'zni bosma usul bilan ko'paytirish asosida ish olib bormasa—da), matbuotning elektron texnikaga asoslangan turi bo'lib, u ham ijtimoiy informatsiya yig'ish va tarqatishning qonun-qoidalariga amal qiladi. U insoniyat ma'naviy dunyosini yanada boyitdi, sermazmun qildi, kino, teatr va san'atning boshqa qator turlarining rivojlanishida muhim ahamiyatga ega bo'ldi. Jamiyatdagi hukmron tabaqalar, guruhlar televideniya o'z g'oyaviy manfaatlari yo'lida keng foydalana boshladilar. U tez taraqqiy etdi.

Ommaviy axborot vositalari tasnifi asosan ana shu to'rt ko'rinishdan — gazetalar, jurnallar, radio va televideniya iboratdir. Ko'rinishi, ommaga ta'sir qilish vositalari, imkoniyatlari turli xil bo'lgan bu to'rt turdan iborat ommaviy axborot vositalarini birlashtirib turuvchi narsa — ularning ijtimoiy informatsiya yig'ish va tarqatish bilan shug'ullanishi va o'z faoliyatlarida matbuotning ichki, obyektiv qonun—qoidalar bilan ish ko'rishidir.

Ommaviy axborot vositalari tasnifiga uning yuqoridagi to'rt ko'rinishidan tashqari informatsiya agentliklari ham kiradi. Informatsiya agentliklari matbuotning bevosita turi, ko'rinishi bo'lmasa—da, ommaviy axborot tasnifida o'ziga xos o'rin egallaydi va matbuot turlari orqali namoyon bo'ladilar. Informatsiya agentliklari ommaviy axborot vositalari uchun informatsiya yetkazib beruvchi alohida bir kanal, muassasa hisoblanadi.

Ommaviy axborot vositalari tasnifida kitob va kitob nashriyotlari ham alohida o'rin tutadi. Kitob aslida vaqtli matbuot turi emas, umuman matbuot — bosma nashrlar tasnifiga kiradi, ammo ko'p jihatdan vaqtli matbuotga yaqin turadi. Kitob ham matbuot turlari singari ijtimoiy hayotni o'zida aks ettiradi va insoniyat ma'naviy hayotida juda muhim o'rinni egallaydi. Ya'ni, kitobda jamiyatning ijtimoiy—siyosiy, iqtisodiy,

madaniy—ma'naviy hayoti, inson aql—tafakkurining barcha qirralari aks etadi. Shu bilan birlikda kitobda matbuotga xos bo'lgan xususiyatlar ham mavjuddir. Shu boisdan kitob nashriyotlari matbuot tasnifini to'ldirib turadi.

XX asrning boshlariga kelib ommaviy axborot vositalari yana bir ko'rinish, elektron texnikaga asoslangan alohida bir tur bilan boyidi. Bu — insoniyatning ajoyib mo'jizaviy ixtirosi bo'lgan elektron mashinalar — kompyuterlarning xalqaro tarmog'i — Internetdir. Dastlab elektron-hisoblash mashinalari sifatida ixtiro etilgan kompyuter apparati tarmoqlaridan keyinchalik ijtimoiy informatsiya tarqatish borasida ham foydalanish boshlandi. Internet orqali ijtimoiy-siyosiy, ilmiy, adabiy-badiiy, san'at, sport va boshqa sohalarga doir turli xabarlarni yetkazish amalga oshirila boshlandi. Shuningdek, kompyuterlar tarmog'i orqali faqat matn-xabarlargina emas, turli suratlar, muzika asarlarini tarqatish ham mumkin bo'lganligi Internetning ahamiyatini yanada oshirdi.

Internet — hudud bilmas masofa va kengliklar osha informatsiya va turli ma'lumotlar tarqatib ommaviy axborot vositalari tasnifida o'ziga xos, oldingi o'rinlardan birini egalladi va u tobora kengayib, taraqqiy etib bormoqda.

O'z mustaqilligiga erishgan O'zbekistonda ommaviy axborot vositalarining yuqorida qayd etib o'tilgan barcha ko'rinishlari to'la mavjuddir. Respublikamiz gazetachilik, jurnalchilikning keng tarmog'iga ega, o'zbek radiosi va televideniyesi ham tobora taraqqiy topib bormoqda. Respublikamizda faoliyat ko'rsatayotgan uch informatsiya agentligi va o'nlab kitob nashriyotlari ham ommaviy axborot vositalari tasnifini to'ldirib turibdi. Bularga yana Internet tarmog'ining qo'shilishi respublikamiz ommaviy axborot vositalarining yanada kengayishiga sabab bo'ldi. Mamlakatimizda juda ulkan ijtimoiy-iqtisodiy islohotlar amalga oshirilayotgan hozirgi davrda ommaviy axborot vositalarining roli tobora oshib, ijtimoiy hayotda o'ziga xos «to'rtinchi hokimiyat» mavqeini egallab bormoqda. Respublikamiz hukumati tomonidan qabul qilingan va amalda keng qo'llanilayotgan «Ommaviy axborot vositalari to'g'risida»gi va boshqa muhim qonunlar ommaviy

axborot vositalarining faoliyatini yanada yaxshilash uchun asos bo'lib xizmat qilmoqda.

GAZETA – OMMAVIY AXBOROT VOSITALARINING ASOSIY TURI SIFATIDA

Ma'lumki, matbuot yoki ommaviy axborot vositalari asosan gazeta, jurnal hamda matbuotning elektron texnikaga asoslangan radio va televideniya, internet kabi ko'rinishlardan iborat bo'lib, ular o'rtasida gazeta asosiy, bosh o'rinni egallaydi.

Gazeta nima? Bu borada turlicha ta'riflar bor. Bizningcha, gazeta — ommaviy axborot vositalarining asosiy turlaridan biri bo'lib, jamiyatning shu kundagi, ayni zamondagi ijtimoiy - siyosiy, iqtisodiy — ishlab chiqarish va madaniy — ma'naviy hayotini aks ettiradi. Gazetaning asosiy vazifasi o'quvchiga jamiyatning shu kundagi, ayni zamondagi hayoti haqida informatsiya berish, bo'layotgan voqea va hodisalardan xabardor qilishdir. U jamiyat hayotining barcha sohalarini qamrab oladi, shu kunning tarixini butun to'laligi bilan aks ettiradi. Gazeta o'quvchiga dunyoni bildiradi, uning ongini oshiradi, ma'naviy oziq beradi, ijtimoiy faoliyatini yo'naltiradi va faollashtiradi. Gazeta umuminsoniy madaniyatning hosilasi va uni taraqqiy ettiruvchi muhim omildir. Gazeta jamiyatdagi uch ijtimoiy tuzilma — qonun chiqaruvchi, ijro va sud hokimiyatidan keyin to'rtinchi hokimiyat sanaluvchi matbuotning asosiy o'zagi hisoblanadi. Jamiyatdagi turli tabaqalar, sinflar, partiyalar o'zlarining shu kundagi, ayni zamondagi manfaat va qarashlarini ishlab chiqish, ommaga yetkazish va muxolif guruhlarga qarshi kurashda gazetadan keng foydalanadilar.

Gazeta vaqtli matbuotning eng asosiy, eng qulay turidir. Shuning uchun ham u ommaviy axborot vositalari orasida eng asosiy, bosh o'rinni egallaydi. Uni qayta—qayta o'qish, qo'ldan — qo'lga o'tkazish, saqlab qo'yish mumkin, zero, u moddiydir, ya'ni, hujjat xususiyatiga egadir. Bu jihatdan u oniylik xususiyatiga ega bo'lgan radio va televideniya oldinda turadi. Gazetaning chiqarilishi va tarqatilishi ham boshqa ommaviy axborot

vositalariga qaraganda qulay va osonroqdir. Uning matbuot tasnifida bosh o'rinni egallashi faqat shundagina emas, balki gazetaning hayotning barcha sohalariga aralashishi va chuqur kirib borishida hamdir. Unda ijtimoiy hayot matbuotning boshqa ko'rinishlariga qaraganda tezkorlik bilan va har taraflama o'z aksini topadi.

Gazetaning matbuot tasnifida birinchi o'rinda turganligi uning tarixidan xam kelib chiqadi. Ya'ni, gazeta matbuotning eng qadimgi, eng ilk turidir. U o'zidan oldingi matbuotning ilk kurtaklari — sopol va gipsdan yasalgan taxtachalar yohud keng ommalashgan qo'lyozma varaqalarning qonuniy vorisi sifatida paydo bo'ldi. Uning nomi ham o'zidan oldingi qo'lyozma varaqalar (Venetsiyada chiqarilgan va «gatsetta» degan tangaga sotilgani uchun «gazeta» deb nom olgan) dan olinganligi ham buni isbotlaydi. Gazetalarning paydo bo'lishida matbuotning texnik asosi — bosma dastgohning ixtiro qilinishi asosiy rol o'ynaydi. Birinchi bosma gazetalar XVII asrning boshlarida Yevropada paydo bo'ldi. Bular — yuqorida ko'rib o'tganimizdek, 1609–yilda Germaniyada nashr etilgan «Aviso», «Oder Zeitung» gazetolari, 1622–yilda Angliyada dunyo yuzini ko'rgan «Weekly News from», 1631–yildan e'tiboran Parijda chiqa boshlagan «La gazette» gazetolari edi. AQSHda birinchi bosma gazeta 1690–yilda chiqdi. Rossiyada nashr etilgan birinchi bosma gazeta rus podshosi Petr I tomonidan chiqarilgan «Ведомости» gazetasidir. Turkistonda paydo bo'lgan ilk gazeta esa 1870–yildan e'tiboran chiqa boshlagan rus tilidagi «Туркестанские ведомости» va uning o'zbek tilidagi ilovasi — «Turkiston viloyatining gazetasi» edi. Ko'rinib turibdiki, insoniyat tarixida vujudga kelgan har bir gazetaning dunyo yuzini ko'rishi uchun bir tomondan kishilarning informatsiyaga bo'lgan talabi asos bo'lib xizmat qilsa, ikkinchi tomondan biror yakka hukmdorning yoki guruhning ijtimoiy — siyosiy, g'oyaviy va iqtisodiy ehtiyoji turtki bo'lgan. Yakka hukmronlik o'rniga kelgan erkin ish ko'rish jamiyati davrida gazetachilik misli ko'rilmagan darajada taraqqiy etdi, chunki, u davrda ijtimoiy — siyosiy manfaatlar qatorida iqtisodiy manfaatlar — foyda olish yo'lida ham xizmat qila boshladi. Ammo bu davrda

u yoki bu mamlakatda faoliyat ko'rsatgan ilg'or fikrli, taraqqiyparvar kuchlar gazetadan o'zlarining ijtimoiy qarash va g'oyalarini shakllantirish va ommaga yetkazish uchun foydalandilar. Bunga misol sifatida XX asr boshlarida Turkistonda vujudga kelgan taraqqiyparvar jadidchilik harakati va uning matbuotini olib ko'rishimiz mumkin. Turkistonning ilg'or fikrli ziyolilari bo'lgan jadidlar o'zlarining ma'rifatparvarlik g'oyalarini xalqqa yetkazish uchun «Taraqqiy», «Xurshid», «Sadoyi Turkiston», «Sadoyi Farg'ona», «Samarqand» kabi gazetalarini nashr etdilar. Bu gazetalarining boshida xalqimizning asl farzandlari M.Abdurashidxonov, M.Behbudiy, A.Avloniy, Fitrat, Cho'lpon va boshqalar turdilar.

XIX asrning o'rtalaridan boshlab, jahon mafkura maydoniga kirib kelgan kommunistik ta'limot tarafdorlari ham gazetadan o'z g'oyalarini ommaga yoyish uchun foydalandilar. K.Marks va F.Engels tomonidan 1848—yilda Germaniyada nashr etilgan «Yangi Reyn gazetasi», V.I.Lenin boshchiligida chiqarilgan «Искра», «Правда» va boshqa gazetalar shular jumlasidandir. Kommunistik gazetachilik 1917—yil rus proletar o'zgarishidan keyin juda keng yo'lga qo'yildi. Bu hol Rossiyaning mustamlakasi sifatida qolgan O'zbekistonda ham yuz berdi. Ammo insoniyat deyarli etmish yil davom etgan yakka g'oya hukmronligiga asoslangan kommunistik tuzum va uning matbuotini rad etdi. Kommunistik matbuotga qarama—qarshi ravishda dunyoning erkin mamlakatlarida erkin matbuot ham faoliyat ko'rsatib keldi va uning asosiy qismini gazetalar tashkil etdi. Hozirga kelib, dunyoda 9400 nomda kundalik gazeta nashr etiladi.

O'z milliy mustaqilligiga erishgan respublikamizda gazetachilikka katta e'tibor berilmoqda. Hozirga kelib respublikamizda 500 dan ortiq nomda gazeta nashr etilmoqda. O'zbek gazetachiligi ham son, xam sifat jihatidan o'sdi, takomilga erishdi. O'zbekiston ommaviy axborot vositalarining ajralmas tarkibiy qismi bo'lgan respublika gazetolari ommaga keng miqyosda ijtimoiy informatsiya yetkazib bermoqda, mamlakatimizda katta jabhada olib borilayotgan ijtimoiy — siyosiy,

iqtisodiy va madaniy—ma'naviy islohotlarni amalga oshirishda muhim rol o'ynamoqda.

Gazeta ommaviy axborot vositalarining asosiy turi bo'lganligidan unda matbuotning barcha ichki qoidalari o'z ifodasini topadi. Gazeta matbuotning asosiy funksiyalarini to'la bajaradi, u ommaga ijtimoiy informatsiya yetkazib beradi, jamiyatda bo'lib turgan voqea va hodisalarni tasvirlaydi, tahlil etadi va jamiyatga qaytadan ta'sir ko'rsatadi. Shuni aytish kerakki, gazeta ijtimoiy hayotni yoritishda o'zidan keyin turuvchi jurnal bilan o'zaro munosabatga kirishadi, ular o'rtasida ma'lum darajada «mehnat taqsimoti» o'rnatiladi. Bunda gazeta ko'proq (75 foizga yaqin) tasvir funksiyasini bajarib, tahlil funksiyasining asosiy qismini jurnalga qoldiradi. Ya'ni, gazeta shu kunda, ayni zamonda jamiyatda yuz berayotgan ijtimoiy-siyosiy, iqtisodiy-ishlab chiqarish va madaniy—ma'naviy voqea va hodisalarga asosiy e'tiborini qaratadi, ko'proq informatsiya berish bilan shug'ullanadi. Ammo, bu gazeta jamiyat hayotini tahlil etishda ishtirok etmaydi, degan ma'noni bermaydi, balki, u ham bu funksiyani bajarishda o'z maydoni, imkoniyati darajasida qatnashadi. Shuningdek, har bir tasviriy informatsion materialda ham tahlil unsuri mavjud bo'ladi. Gazeta shu bilan birgalikda matbuotning ta'sir funksiyasini bajarishda ham ishtirok etadi, hayotni tasvir va tahlil etibgina qolmasdan, unga bevosita va bilvosita ta'sir ham qiladi.

Gazeta matbuotning bosh tamoyillari — umuminsoniylik, halqchilik, milliylik, haqqoniylik va boshqa qoidalariga ham bo'ysunib ish ko'radi. An'anaviylik va yangi omillar yaratish qonuniyatiga amal qilish, jamoatchilik fikrini shakllantirish va matbuotning boshqa qonun-qoidalari ham gazeta uchun bevosita taalluqlidir. Matbuotning yuqoridagi barcha qonun va qoidalari avvalo gazeta faoliyatida shakllanganligi boisidan ham u matbuot tasnifining asosiy markazida turadi.

Gazeta sahifalarida hayotni aks ettirishning alohida turi bo'lmish publitsistikaga keng o'rin beriladi. Gazetada publitsistikaning informatsion (xabardor qiluvchi) qismi va uning janrlari — xabar, reportaj, korrespondentsiya (kichik maqola) va

boshqalar keng o`rin oladi. Shuningdek, publitsistikaning tahliliy va badiiy-publitsistik turlari ham gazetada keng qo`llaniladi. Gazeta o`z sahifalarida tasviriy san`atga oid fotojurnalistika va rasmchilikdan ham keng foydalanadi.

Ommaviy axborot vositalarining muhim turi bo`lgan gazetalar o`z navbatida turli xillarga bo`linib ketadi. Ular avvalo ijtimoiy hayotni yoritish nuqtayi nazaridan uchga bo`linadi:

1. Umumsiyosiy gazetalar,
2. Ixtisoslashgan gazetalar,
3. Tarmoq gazetolari.

1. Umumsiyosiy gazetalar ijtimoiy hayotni umumsiyosiy nuqtayi nazardan, ya`ni, jamiyatning ijtimoiy-siyosiy, iqtisodiy ishlab chiqarish, madaniy-ma`naviy hayotining bosh, ko`pchilik uchun zarur masalalarini yoritadi, hamda har bir hududdagi aholining ko`pchiligi uchun mo`ljallab chiqariladi. Dunyodagi aksariyat gazetalar umumsiyosiy gazetalar sanaladi. Bunga misol qilib AQSHda chiqadigan «Washington post» («Washington poch-tasi»), «Nye-York tams» («Nye York vaqti»), «Baltimore san» («Baltimor quyoshi»), «Uoll-strit journal» («Uoll-strit gazetasi»), Angliyada chiqadigan «Guardian» («Posbon»), «Deyli Mirror» («Kundalik oyna»), «Observer» («Kuzatuvchi»), «Tams» («Vaqt»), «Sandi tams» («Yakshanba vaqti»), Germaniyada chiqadigan «Berliner saytung» («Berlin gazetasi»), «Frankfurter Algemejne saytung» («Frankfurt suratli gazetasi»), «Ditsayt» («Vaqt»), «Di velbt» («Olam»), Fransiyada nashr etiladigan «Figaro», «Mond» («Olam»), «Liberatsion» («Ozodlik»), «Yumanite» («Insoniyat»), Yaponiyada chiqib turuvchi «Asaxi» («Quyosh»), «Tokio simbun» («Tokio gazetasi»), Xitoyda chiqadigan «Jenmin` jibao» («Xalq gazetasi»), Hindistonda chiqadigan «Hindustan tams» («Hindiston vaqti»), Turkiyada nashr etiladigan «Jumhuriyat» («Respublika»), «Milliyat» («Millat»), Rossiyada chiqadigan «Известия», «Правда», «Труд» kabi gazetalarni ko`rsatish mumkin.

Umumsiyosiy gazetalar qaysi tashkilot tomonidan chiqarilishiga qarab, rasmiy (hukumatga qarashli), partiya yoki jamoat tashkilotlari gazetolari hamda mustaqil gazetalar bo`lishi mumkin.

Bunga misol qilib, respublikamizda chiqadigan rasmiy — «Xalq soʻzi», «Правда Востока», partiya gazetaları — «Oʻzbekiston ovozi», «Adolat», «Milliy tiklanish», «Fidokor», mustaqil gazeta — «Hurriyat» kabilarni koʻrsatish mumkin. Shu bilan birgalikda umumsiyosiy gazetalar kattalar uchun (yuqoridagi misollar), yoshlar uchun — «Kamolot» yoshlar harakati gazetasi — «Turkiston», bolalar uchun «Tong yulduzi» kabi boʻlishi mumkin. Oʻzbekistonda Markaziy Kasaba uyushmalari idorasining gazetasi — «Ishonch», Mudofaa vazirligi organi — «Vatanparvar» gazetaları ham koʻpchilik uchun moʻljallab chiqarilishi boisidan umumsiyosiy sanaladi. Umumsiyosiy gazetalar shu bilan birlikda viloyat, shahar, tuman, korxon va tashkilotlar gazetaları ham boʻlishi mumkin. Hattoki, ayrim muassasalar, oliy oʻquv yurtlari, taʼlim maskanlarida chiqariladigan devoriy gazetalar ham koʻpchilikka moʻljallanganligi boisidan umumsiyosiy hisoblanadi. Koʻrinib turibdiki, umumsiyosiy gazetalar gazetalarining asosiy qismini tashkil etadi, hamda jamiyat hayotining barcha sohalarini va barcha hududlarini qamrab oladi.

2. **Ixtisoslashgan gazetalar** — jamiyat hayotining katta bir sohasini kengroq yoritish uchun maxsus chiqariladi hamda ana shu sohada ishlovchi, shu sohaga aloqador kishilar uchun moʻljallangan boʻladi. Dunyo gazetaları orasida ham ayrim ixtisoslashgan gazetalar uchraydi. Bunga misol qilib, Angliyada chiqadigan «Fainñant tams» («Moliya vaqti») dab ataluvchi moliya— iqtisod masalalariga bagʻishlangan gazeta, Fransiyada nashr etiladigan «Lettr fransez» («Fransiya adabiyoti»), Yaponiyada chiqadigan «San-key simbun» («Sanoat va iqtisod gazetasi»), Rossiyadagi «Литературная газета», «Экономическая резата» va boshqalarni koʻrsatish mumkin.

Respublikamizda chiqariladigan va qishloq xoʻjaligi sohasida xizmat qiluvchi va qishloqda yashovchi kishilar hayotini yoritishga moʻljallangan «Qishloq hayoti», taʼlim-tarbiya, oliy oʻquv yurtlari sohasini yoritish uchun moʻljallab chiqarilayotgan «Maʼrifat» kabi gazetalar ixtisoslashgan gazetalar hisoblanadi. Bu xil gazetalar umumsiyosiy gazetalardan farqli ravishda jamiyat ijtimoiy-siyosiy va boshqa sohalarini umuman yoritgani holda oʻzi moʻljallangan

sohani keng va batafsil yoritadi. Adabiyot, san'at, madaniyat sohalarini keng yoritishga mo'ljallangan «O'zbekiston adabiyoti va san'ati», iqtisodning muhim masalalarini yoritish uchun nashr etiladigan «Mulkdor», oila hayotini yorituvchi «Oila va jamiyat», sportning barcha sohalarini yorituvchi «Sport» gazetalarini ham ixtisoslashgan gazetalar qatoriga qo'shish mumkin. «Darakchi» tipidagi va asosiy maqsadi dam oldirish bo'lgan airim gazetalar ham ixtisoslashgan gazetalar turiga kiradi. Ba'zi ixtisoslashgan gazetalar ijtimoiy hayot masalalariga ham keng to'xtalishi sababli umumsiyosiy gazetalarga yaqin turadi (masalan, «O'zbekiston adabiyoti va san'ati» gazetasi).

Ixtisoslashgan gazetalar jamiyat hayotining ayrim tomonlarini kengroq yoritib, umumsiyosiy gazetalarni to'ldirib keladilar. Ixtisoslashgan gazetalar odatda markaziy gazetalar hisoblanadi, faqat, ayrim viloyatlardagina bunday maxsus gazetalar chiqarilishi mumkin.

3. Tarmoq gazetalar — jamiyat hayoti, mamlakat iqtisodiyoti yoki tashkiliy tuzilmalarining ayrim tarmog'ini kengroq yoritish uchun nashr etiladi. Bunday gazetalar, odatda biron-bir soha bo'yicha vazirlik yoki shu maqomdagi tashkilot tomonidan chiqariladi. Bunga misol qilib respublika Aloqa vazirligi tomonidan chiqarilayotgan «Xabar», Ichki ishlar vazirligining gazetasi — «Postda», Temir yo'llar idorasiga qarashli «Temir yo'lchi» gazetalarini ko'rsatish mumkin. Bunday gazetalar asosan, shu sohada ishlovchi kishilar uchun, ayrimlari esa keng o'quvchilar ommasi uchun (masalan "Postda") mo'ljallangan bo'ladi. Ayrim tuman va korxonalarda chiqariladigan umumsiyosiy gazetalar (masalan, asosan chorvachilik bilan shug'ullanuvchi biror tuman gazetasi, oliy o'quv yurtlari yoki yirik sanoat korxonalarida chiqadigan ko'p tirajli gazetalar) ma'lum ma'noda tarmoq gazetalariga yaqin turadilar. Tarmoq gazetalar ham jamiyat ijtimoiy-siyosiy hayotini umumlashtirgan holda o'z tarmog'i hayotini esa keng va chuqur yoritib, gazetaning imkoniyatlarini yanada kengaytiradi.

Gazetalar har bir mamlakatning ma'muriy-hududiy bo'linishi nuqtayi nazaridan xam turli xil bo'ladi:

1. Markaziy gazetalar
2. Viloyat gazetolari
3. Shahar gazetolari
4. Tuman gazetolari
5. Korxonalar, muassasa gazetolari
6. Devoriy gazetalar.

Ma'muriy — hududiy jihatdan bo'linuvchi gazetalar jahon va o'sha davlat hayotidagi voqealardan eng muhimlarini yoritish bilan birlikda o'z hududidagi ijtimoiy-siyosiy, madaniy-ma'naviy hayotni keng va chuqur yoritadi. Shu tarzda gazetalar butun mamlakat hayotini ham sohasalar, ham hududiy jihatdan, to'liq va mufassal yoritilishi, matbuotning «har taraflama, har erda hozir va hamma narsadan xabardor» degan qoidasining to'la bajarilishiga erishadilar. Gazetalarning hududlarda chiqarilishi AQSH, Angliya, Germaniya va boshqa rivojlangan mamlakatlarda ham keng uchraydi. Jumladan, mamlakatning yirik gazetalaridan biri bo'lmish «Baltimore san» («Baltimor quyoshi») gazetasi AQSH ning Baltimor shahrida, «Denver post» («Denver pochatasi») gazetasi Denver shahrida, «Los-Anjeles tams» («Los-Anjeles vaqti») gazetasi Los-Anjelesda chiqadi. Shuningdek, mamlakatda «San-Fransisko chronicle» («San-Fransisko xronikasi»), «Chikago tribyun» («Chikago minhari») gazetolari ham nomlari ko'rsatilgan shaharlarda chiqadi. Angliyaning «Brimming post» («Brimming pochatasi»), «Yorkshire post» («Yorkshire pochatasi») gazetolari ham Birmingem va Yorkshir shaharlarida nashr etiladi. Germaniyaning Gamburg, Myunxen, Bonn va boshqa yirik shaharlari ham o'z gazetalariga ega. Bu holni Fransiya, Rossiya misolida ham ko'rish mumkin. Turkiyaning ham har bir viloyatida yirik umumsiyosiy gazetalar nashr etiladi. Respublikamiz ham rivojlangan gazetalar tarmog'iga egadir. O'zbekistonning har bir viloyati o'zining bir yoki bir necha gazetasiga ega. Respublikamizning barcha yirik shaharlarida, tumanlarda ham maxsus gazetalar chiqariladi. Shuningdek, bizda yirik korxonalar, oliy o'quv yurtlarida chiqariladigan ko'p tirajli gazetalarning ham keng tarmog'i faoliyat ko'rsatib turibdi. Korxonalar, ta'lim muassasalari, oliy o'quv yurtlarida doimiy ravishda chiqib turadigan devoriy gazetalar

ham gazetachilik tasnifining tarkibiy qismi bo`lib, matbuotimizni to`ldirib, ijtimoiy hayotning barcha sohalarini hamma joyda yoritish imkonini beradi.

Gazetalar yana kechki va kunduzgi gazetalarga ham bo`linadilar. Aksariyat umumsiyosiy, ixtisoslashgan va tarmoq gazetolari kunduzi chiqadi. Shu bilan birlikda dunyoning ko`pgina yirik mamlakatlarida qator gazetalar kechqurun chiqadi. Bunga misol qilib, AQSHda chiqadigan «Washington evening star» («Vashingtonning kechki yulduzi»), Angliyaning «Evening nays» («Kechki yangiliklar»), «Inning standard» («Kechki bayroq»), Germaniyaning «Hamburger abendblatt» («Hamburg kechki varaqasi»), Fransiyaning «Fransuar» («Kechki Fransiya»), Yaponiyaning «Asaxi inning nays» («Quyosh chiqar mamlakatining kechki yangiliklari»), Turkiyaning «Aksham» kabi gazetalari keltirish mumkin. Rossiyada «Известия» gazetasining kechki soni, «Вечерная Москва» gazetolari, Qozog`istonda «Огни Алатау» («Olatog` chiroqlari» kabi kechki gazetalar chiqadi. Respublikamizda «Toshkent oqshomi» va «Вечерный Ташкент» kabi kechki gazetalar mavjuddir. Kechki gazetalar, asosan, yirik, poytaxt shaharlarida chiqariladi, bu uning tezlikda tarqalishi uchun muhimdir. Kechki gazetalar kunduzgilardan farqli ravishda, ijtimoiy hayot masalalarini umuman yoritgan holda o`quvchilarga eng yangi xabarlar, madaniy-ma`rifiy ma`lumotlarni ko`proq yetkazib beradi, dam oldiradi.

Gazetalar yuqoriroqda aytganimizdek, aholining yoshiga qarab ham tabaqalanadi va kattalar uchun, yoshlar uchun, bolalar uchun mo`ljallab chiqariladi.

Gazetalar kundalik — haftada etti marta, olti marta, besh marta, uch marta, ikki marta va bir marta chiqishi mumkin. Haftada bir marta chiquvchi gazetalar haftalik deb nomlanadi. Bunday gazetalarda turli informatsiyalar bilan bir qatorda sharhlar, tahliliy va madaniy-ma`rifiy materiallar ko`proq o`rin oladi. Odatda, ayrim gazetalar har haftada o`z ilovalarini chiqaradilar. Masalan, Rossiyadagi «Известия» gazetasining, «Неделя», «Toshkent oqshomi» gazetasining, «Toshkent haftaligi» va «Ташкентская неделя» kabi va boshqa ilovalari chiqariladi. Ayrim

korxonalar, oliy o'quv yurtlarining ko'p tirajli gazetolari, devoriy gazetalar, oyda ikki marta, bir marta chiqishi mumkin.

Gazetalar ko'p sahifali — 100 va undan ortiq, 16 — 40, 4—16, 4 —8 va 2 sahifali bo'lishi mumkin. Hajmi, bichimiga qarab ham gazetalar katta bichimli, kichik bichimli bo'lishi mumkin.

Ko'rinib turibdiki, ommaviy axborot vositalarining asosiy turi bo'lgan gazetalar o'z navbatida turli xillarga va ko'rinishlarga bo'linib ketadi. Bu — gazetaning ijtimoiy hayotni to'la, har taraflama yoritishga imkon beradi.

O'z milliy mustaqilligiga erishgan respublikamizda gazetachilik juda tez sur'atlar bilan rivojlanib, dunyodagi eng yirik mamlakatlar gazetachiligi mezonlariga yaqinlashib bormoqda. O'zbekistonimizda gazetachiligimizning yanada taraqqiy etishi, rang-baranglashuvi uchun barcha imkoniyatlar mavjuddir.

JURNAL — MATBUOTNING ASOSIY TURLARIDAN BIRI SIFATIDA

Ma'lumki, gazeta matbuotning asosiy turi sifatida ommaviy axborot vositalari tasnifida bosh o'rinni egallaydi va ijtimoiy hayotning barcha tomonlari unda o'z ifodasini topadi. Shunday bo'lishiga qaramasdan gazeta jamiyat hayotining hamma tomonlarini mufassal, keng va chuqur yoritishga ulgura olmaydi. Chunki, kishilik jamiyati hayoti, undagi ijtimoiy-siyosiy, iqtisodiy-ishlab chiqarish, madaniy-ma'naviy muammolar shu qadar keng va chuqurki, bularning barchasini yoritishda gazetalar sahifalari torlik qilib qoladi. Shunda unga har jihatdan gazetaga o'xshagan, ammo gazetadan farqli ravishda jamiyat hayotining chuqur qatlamlariga kirib borib, insoniyatga keng va chuqur ijtimoiy-siyosiy, iqtisodiy-ishlab chiqarish, madaniy-ma'naviy informatsiya yetkazib bera oladigan boshqa bir matbuot turi yordamga keladi. Gazeta bilan yonma-yon turuvchi bu matbuot turi jurnal deb ataladi.

Jurnal so'zi fransuzcha ho'lib, «kundalik» degan ma'noni bildiradi. Lekin bu atama o'z mazmunidan uzoqlashib, kundalik emas, balki gazetaga qaraganda ko'proq muddatlarda — asosan

bir oyda bir marta chiqadigan matbuot turini bildiradi. Shunday qilib, jurnal vaqtlı matbuotning asosiy turlaridan biri bo'lib, jamiyat ijtimoiy-siyosiy, iqtisodiy-ishlab chiqarish va madaniy-ma'naviy hayotining chuqur qatlamlarini aks ettiradi. Jurnal insoniyatga juda keng jabhada va boy ma'naviy ozuqa yetkazib beradi, ijtimoiy borliq bilan ijtimoiy ong o'rtasida mutanosiblikni chuqurlashtiradi, inson aqlu tafakkurining yanada o'sishi yo'lida xizmat qiladi. Jurnal orqali kishilar jamiyat hayotining chuqur masalalarini anglaydilar, ilm-fan, adabiyot va san'at mahsulalaridan bahramand bo'ladilar, ijtimoiy borliqni biladilar, o'z hayotiy tajribalarini takomillashtiradilar, kasb va hunar o'rganadilar. Jurnal inson sivilizatsiyasining mevasi va uni rivojlantiruvchi g'oyat muhim omildir. Shu bilan birlikda jamiyatdagi sinflar, tabaqalar, guruhlar, partiyalar jurnal orqali o'zlarning ijtimoiy-siyosiy, ilmiy-nazariy, huquqiy, estetik va boshqa qarashlarini ishlab chiqadilar, ommaga yetkazadilar va muxolif sinflar, partiyalarning qarashlariga qarshi zarba beradilar. Binobarin, jurnal ham g'oyaviy kurash vositasi bo'lib xizmat qilishi mumkin. Ammo, jurnallarning ilmiy texnikaga va adabiyot va san'atga oid ko'pgina turlari hamisha umuminsoniy maqsadlarga xizmat qilib, umumbashariy xususiyatga ega bo'ladilar.

Jurnallarning paydo bo'lish tarixi kishilik jamiyatining rivojlanish tarixi, sivilizatsiyaning vujudga kelishi va boshqa ijtimoiy-siyosiy ehtiyojlar bilan bog'liqdir. Insoniyat tarixining ma'lum bir davriga kelib jamiyat hayotini aks ettirishda gazetadan ham kengroq va chuqurroq yoritiladigan matbuot turiga zarurat paydo bo'lgan. Kishilikning dunyoni yanada chuqurroq bilish, jamiyat hayotining barcha sohalarida mufassal informatsiyaga ega bo'lish ehtiyoji bunga asos bo'lgan. Shuningdek, ayrim sinflar, tabaqalar, guruhlar o'zlarining ijtimoiy-siyosiy, ilmiy-nazariy va boshqa sohalaridagi qarashlarini kengroq va chuqurroq ishlab chiqish va ommaga yetkazish ehtiyojini sezganlar. Fan va texnikaning o'sishi, adabiyot va san'atning kamol topishi ham jurnallarning kelib chiqishida asosiy sabablardan biri bo'lgan. Shu boisdan ham birinchi jurnallar ilm-fan va adabiyot-san'atga doir

bo'lgan. Ma'lumotlarga ko'ra, dastlab vujudga kelgan jurnal 1655—yilda Parijda nashr etilgan «Journal des Savans» bo'lib, u adabiyot, san'at, falsafa va tabiiy fanlar bo'yicha kitoblarga sharhlar berishga bag'ishlangan. Xuddi shu yili Londonda «Philosophical transecting of royal sensate» degan ilmiy jurnal chiqa boshlagan. Italiyada 1688—yilda «Djornal de letterati» degan adabiy jurnal, Germaniyada 1682—yilda «Aktum eruditorum» degan ilmiy-ommabop jurnal chiqarilgan. Rossiyada birinchi jurnal 1728—yilda chiqqan. U «Санкт-Петербургские ведомости» gazetasining nashri bo'lib, «Vedomostlarga oylik tarixiy, geografik va boshqa ilovalar» deb atalgan Bu ilmiy-adabiy jurnal faoliyatida atoqli rus olimi M.V. Lomonosov asosiy o'rin tutgan.

Ko'rinib turibdiki, birinchi jurnallar ilmiy, adabiy yo'nalishda bo'lgan. Rus jurnalistikasi tarixida asosiy o'rin tutgan boshqa nashrlar A.C. Pushkin asos solgan «Современник», N.A. Nekrasov nashr etgan «Отечественные записки» va boshqa jurnallar ham adabiy-badiiy jurnallar bo'lib, rus adabiyoti va ijtimoiy fikrining o'sishida muhim rol o'ynagan. Kommunistik ta'limot tarafdorlari esa jurnallardan o'z siyosiy qarashlarini ishlab chiqish va ommaga yoyishda foydalanganlar.

Turkistonda ilk jurnallar XX asrning boshlarida paydo bo'ldi. Bular 1913—yilda Samarqandda dunyo yuzini ko'rgan «Oyina» va 1915—yildan Toshkentda chiqa boshlagan «Al-Isloh» jurnallari edi. «Oyina» jurnali o'sha davrda Turkistonda dunyoga kelgan taraqqiyparvar jadidchilik harakatining atoqli namoyandasi, otashin ma'rifatparvar Mahmudxo'ja Behbudiy tomonidan chiqarilgan bo'lib, turkiy tildagi ilk ijtimoiy, ilmiy, adabiy nashr edi, «Oyina» jurnali ommaga ilm-ma'rifat, taraqqiyot g'oyalarini keng yoydi, qoloqlik va jaholatga qarshi kurashdi. «Al-Isloh» jurnali esa asosan diniy jurnal bo'lib, islom dinini isloh qilish yo'li bilan ma'rifat va taraqqiyotga erishishni targ'ib qildi. 1917—yil fevralida Qo'qonda shoir H.H. Niyoziy rahbarligida nashr etilgan «Hurriyat» jurnali ham ijtimoiy-siyosiy jurnal edi. Bu davrda Toshkentda «Chayon» va «Cho'l chayoni» degan hajviy jurnallar ham chiqdi va ular ham milliy taraqqiyot uchun kurashda muhim o'rin tutdi.

1917–yil oktyabr o‘zgarishidan so‘ng O‘zbekistonda «Inqilob», «Yer yuzi», «Mushtum» va boshqa ko‘plab jurnallar nashr etildi. Keyinchalik «Sharq yulduzi», «Yoshlik», «Guliston» kabi jurnallar chiqarildi. Bu jurnallar ommaga ilm-fan, adabiyot-san‘at masalalarini targ‘ib etishda xizmat qildilar. Shu bilan birlikda, sovet davri jurnallari kommunistik yakka mafkura ta‘sirida ish ko‘rdilar.

O‘zbekiston o‘z milliy mustaqilligiga erishgach, matbuotning barcha sohalaridagi singari jurnalchilik sohasida ham katta ijobiy o‘zgarishlar yuz berdi, ko‘plab yangi jurnallar chiqarila boshlandi. «Tafakkur», «Muloqot» kabi ijtimoiy-siyosiy jurnallar, «Jahon adabiyoti» nomli adabiy-badiiy jurnal va boshqalar shular jumlasidandir. Shu kunda respublikamizda yuzdan ortiq jurnal nashr etiladi. O‘zbek jurnallari ham respublikamiz ijtimoiy-siyosiy, madaniy-ma‘naviy hayotining chuqur qatlamlarini yoritishda, ilm-fan, adabiyot-san‘atimizning rivojida, xalqimizga milliy qadriyatlarimiz, istiqol mafkurasini singdirishda muhim vazifani bajarib kelmoqdalar.

Jurnallar matbuot-ommaviy axborot vositalari tasnifida alohida, bosh o‘rinlardan birini egallaydi. Jurnallar o‘z xususiyati bilan gazetalarga juda yaqin turadi, chunki, ular gazetalar singari so‘zni bosma usulda ko‘paytirish asosida ish ko‘radilar. Ammo, jurnal gazetani takrorlamaydi, balki, uni to‘ldiradi. Ya‘ni, gazeta jamiyat ijtimoiy-siyosiy, iqtisodiy, madaniy-ma‘naviy hayotining shu kundagi, ayni zamondagi holatini aks ettirsa, jurnal esa jamiyat hayotining chuqur qatlamlarini aks ettiradi. Jurnal ommaviy axborot vositalarining radio, televideniya kabi turlaridan o‘zining moddiyligi bilan ustun turadi.

Modomiki, jurnal vaqtli matbuotning asosiy ko‘rinishlaridan biri ekan, u matbuotning ichki, obyektiv qonuniyatlari asosida ish ko‘radi. Avvalo u matbuotning barcha turlaridagi singari kishilarga ijtimoiy-siyosiy, iqtisodiy, ilmiy, estetik va boshqa informatsiyalar tarqatadi. Ammo, bu informatsiyalar gazeta informatsiyasidan farqli ravishda jamiyat hayotining chuqur qatlamlari holatiga taalluqli bo‘ladi. Boshqacha qilib aytganda, jurnal faoliyatida matbuotning tahlil funksiyasi ustivor bo‘ladi. Ammo, shu bilan

birlikda jurnal matbuotning tasvir funksiyasini bajarishda ham ishtirok etadi, bunda u kundalik voqea va hodisalarning ichki mohiyatini chuqur ochib berish uchun xizmat qiladi. Shuningdek, jurnallar ilm-fan, texnika, adabiyot va san'atning chuqur masalalarini yoritib, ularning rivojiga o'z hissasini qo'shadi. Jurnal matbuotning ta'sir funksiyasini bajarishda ham ishtirok etadi, ya'ni xuddi gazetadagi singari jurnalda xam bosilgan materiallar hayotda ham bevosita (kishilar ongi orqali) va ham bilvosita (boshqa tashkilotlarning aralashuvi orqali) o'zgarishlar yasaydi. Bu funksiya jurnal materiallarining ta'sirchanligi va samaradorligidan kelib chiqadi. Matbuotning mazkur funksiyasini bajarishda hajviy jurnallar alohida o'rin tutadi.

Xuddi gazetalar singari, jurnallar ham matbuotning bosh tamoyillari asosida ish ko'radi. Matbuotning bosh prinsiplari bo'lmish umuminsoniylik, halqchilik, milliylik, haqqoniylik, partiya jurnallari uchun esa partiyaviylik kabi qoidalar jurnallar faoliyatida ham doimiy ravishda qo'llanilib kelinadi. Shuni aytish kerakki, bu tamoyillar turli xil jurnallarda turlicha o'z ifodasini topadi. Jumladan, ijtimoiy-siyosiy jurnallar faoliyatida umuminsoniylik, halqchilik kabi tamoyillar ustun tursa, ilmiy-nazariy jurnallarda haqqoniylik prinsipi birinchi o'ringa chiqadi, ilmiy-ommabop jurnallar esa xalqchilik prinsipiga alohida ahamiyat beradi. Umuman olganda, matbuot prinsiplari barcha jurnallar faoliyatida asosiy qoida bo'lib xizmat qiladi.

Jurnallar matbuotning an'anaviylik va yangi omillar qoidasi asosida ham ish ko'radilar. Hozirgi zamon o'zbek jurnallari o'tmish o'zbek va jahon jurnalchiligining eng yaxshi an'analari asosida faoliyat ko'rsatmoqdalar. Matbuotning jamoatchilik fikri ifodachisi bo'lish qonuniyati ham jurnallar uchun taalluqlidir. Jurnallar jamiyat hayotining ijtimoiy-siyosiy, iqtisodiy, madaniy-ma'naviy hayotining chuqur masalalari, muammolari bo'yicha jamoatchilik fikrini shakllantiradilar. Jamoatchilik fikri turli jurnallarda turlicha bo'ladi, masalan, ijtimoiy-siyosiy jurnallar turli ijtimoiy masalalar bo'yicha jamoatchilik fikrini uyg'otsa, ilmiy jurnallar esa, bu vazifani ilmiy sohada hal etadi, hajviy jurnallarda jamoatchilik fikri ijtimoiy kulgi orqali amalga oshiriladi.

Xuddi gazetadagi singari, jurnallarda ham, turli xil— rasmiy, adabiy — badiiy, ilmiy materiallar bilan bir qatorda publitsistika asosiy o`rin tutadi. Ijtimoiy hayotni tasvirlashning alohida bir turi bo`lgan va shu kungi hayot voqealarini shu kun uchun mushohada etishni o`z oldiga maqsad qilib quygan publitsistika jurnallarda o`ziga xos xususiyat kasb etadi. Jurnal publitsistikasi gazetaga qaraganda hajmi kengligi, serko`lamligi bilan ajralib turadi. Jurnallarda publitsistikaning ijtimoiy — siyosiy, ilmiy, adabiy-badiiy turlari keng qo`llaniladi. Hajviy jurnallarda esa publitsistikaning hajv va kulgiga asoslangan turi — hajviy publitsistika keng o`rin oladi. Suratli jurnallardan esa publitsistikaning yana bir o`ziga xos turi — fotopublitsistika joy oladi. Janr jihatidan qaraganda, jurnallarda publitsistikaning tahliliy janrlari — maqola, suhbat, sharh kabi ko`rinishlari, hamda, adabiy — badiiy publitsistikaning ocherk, felyeton, pamflet kabi janrlari keng o`rin oladi. Informatsion janrlar jurnal sahifalaridan joy olsa-da o`ziga xos xususiyatga ega bo`ladi.

Jurnallar jamiyat hayotini yoritish nuqtayi nazaridan turli xillarga bo`linadi.

I. Ijtimoiy—siyosiy jurnallar

Bu turdagi jurnallar jamiyatning ijtimoiy — siyosiy hayoti chuqur qatlamlarini aks ettiradilar. Jahon jurnalistikasida ijtimoiy—siyosiy jurnallar muhim o`rinni egallaydi. Dunyodagi yirik, rivojlangan mamlakatlarda ko`pgina ijtimoiy — siyosiy jurnallar nashr etiladi. Bunga misol sifatida, AQSHda uzoq yillar chiqib turgan «Leif» («Hayot»), Angliyada nashr etiladigan- «Ekonomik», Fransiyadagi «Novel Observator» («Yangiliklar sharhi»), Germaniyadagi yirik nashr — «Shtern», «Fokus» Kanadadagi doimiy chiqib turadigan «Tam» («Vaqt») kabi jurnallarni keltirish mumkin, Rossiyada esa «Огонек» ijtimoiy — siyosiy, adabiy jurnali mashhurdir. Turkiyada ham bir qator ijtimoiy-siyosiy jurnallar nashr etiladi.

O`z milliy mustaqilligiga erishgan respublikamizda ham qator ijtimoiy-siyosiy jurnallar nashr etilmoqda. Bular orasida 1995—yildan buyon chiqib kelayotgan «Tafakkur» jurnali markaziy ijtimoiy-siyosiy jurnal sifatida alohida o`rin tutadi. Bu nashr

ijtimoiy-falsafiy, ma'naviy-ma'rifiy jurnal bo'lib, milliy qadriyatlarimiz, tariximiz, ma'naviyat va ma'rifatga doir masalalarni keng yoritadi, hamda kishilar ongiga istiqloq mafkurasini singdirish, o'zligini anglatishda katta vazifani bajarib kelmoqda. 1991—yildan nashr etilayotgan «Muloqot» jurnali esa respublikamizdagi ikkinchi yirik ijtimoiy-siyosiy jurnal bo'lib, O'zbekiston Xalq demokratik partiyasining nashri hisoblanadi. Jumalda ijtimoiy hayot, tarixiy o'tmish merosimiz, yangi davrni falsafiy mushohadalash, milliy mafkurani shakllantirish va boshqa masalalar keng yoritiladi.

Ijtimoiy-siyosiy jurnallar o'z xususiyatlari bilan turlicha ko'rinishga ega bo'ladilar. Xotin-qizlar uchun chiqariladigan «Saodat», «Sanam» kabi jurnallar ham ijtimoiy-siyosiy jurnallar tipiga kiradi. Chunki, mazkur jurnallarda ham shu kungi ijtimoiy-siyosiy hayotning u yoki bu masalalari, muommolari yoritib boriladi. Yoshlar hayotini yorituvchi «Yoshlik», «Yosh kuch», ma'rifat va yangi avlod tarbiyasi masalalarini yoritishga bag'ishlangan «Sog'lom avlod uchun», bolalar uchun chiqariladigan «Gulxan» hamda kichkintoylar jurnali «G'uncha» ham o'z xususiyatlari bilan ijtimoiy-siyosiy jurnallar qatoriga kiradi. Shuningdek, hayotni adabiy-badiiy vositalar yordamida aks ettirishga mo'ljallangan «Guliston», adabiyot masalalariga bag'ishlangan «Sharq yulduzi», «Jahon adabiyoti» jurnallari ham o'z sahifalarida ijtimoiy-siyosiy hayot masalalarini ko'tarib chiqishlari boisidan ma'lum darajada ijtimoiy-siyosiy jurnallar sanaladilar. Respublikamizda ijtimoiy-siyosiy jurnalistika va uning markazi hisoblanmish ijtimoiy-siyosiy jurnallar tobora ko'payib bormoqda.

2. Ilmiy jurnallar

Jurnalning eng ko'p tarqalgan turlaridan biri — ilmiy jurnallardir. Mazkur jurnallar ilm-fan sohasini keng va har taraflama yoritish bilan shug'ullanadi. Ilmiy jurnallar insoniyatning dunyoni bilishida, tabiat va jamiyat hodisalarining mohiyatini anglashda, aql-tafakkurning o'sishida katta ahamiyatga egadir. Ilmiy jurnallar eng qadimgi nashrlar bo'lib, ilk jurnallarning aksariyati ilmiy yo'nalishda bo'lgan. Hozir jahonda juda ko'p

ilmiy jurnallar nashr etiladi. Ularda tabiiy va ijtimoiy fanlarning barcha sohalari, yo'nalishlarida bo'layotgan yangiliklar, fan—texnika sohasida erishilayotgan yutuqlar va muammolar o'z aksini topadi. Bularga AQSHda nashr etiladigan qator ilmiy jurnallar, Fransiyada nashr etib kelinayotgan «Geo» («Yer») va boshqa jurnallarni misol sifatida keltirish mumkin. Rossiyada «Hayka и жизнь», «Вокруг света» kabi va boshqa ko'plab ilmiy jurnallar nashr etiladi. Turkistonda nashr etilgan birinchi jurnal—«Oyina» ham asosan ilmiy nashr hisoblanardi. Dunyoda chiqadigan juda ko'plab ilmiy jurnallar mamlakatlar aro ayriboshlanadi. Respublikamizda ham o'nlab ilmiy jurnallar nashr etiladi. Bular orasida «Fan va turmush», «Sirli olam» va fanning turli sohalariga bag'ishlangan ilmiy jurnallar mavjuddir,

Ilmiy jurnallar ham o'z navbatida turli xillarga bo'linib ketadi:

1). Ilmiy—nazariy jurnallar

Bu xil jurnallar biror muayyan fanning chuqur ilmiy — nazariy masalalarini yoritish uchun mo'ljallab chiqariladi. Odatda, bunday jurnallar shu sohadagi ilmiy muassasa tomonidan chiqariladi va shu sohada ishlovchi mutaxassislar uchun mo'ljallanadi. Respublikamizda ham qator ilmiy— nazariy jurnallar nashr etiladi. Masalan, «O'zbekiston matematiklar jurnali», «O'zbekiston ximiya jurnali», «O'zbekistonda ijtimoiy fanlar», «O'zbek tili va adabiyoti» va boshqalar shular jumlasidandir.

2). Ilmiy-ishlab chiqarish jurnallari

Bunday jurnallar fanning biror sohasini amaliyotga tatbiq etish maqsadida chiqariladi. Bu xil jurnallarda ilmiy—nazariy materiallar bilan bir qatorda bevosita amaliy xususiyatga ega bo'lgan materiallar ham bosiladi, maslahatlar beriladi. Bunga misol qilib, respublikamizda ko'p yillardan beri nashr etib kelinayotgan «O'zbekiston qishloq xo'jaligi» jurnalini keltirish mumkin.

3). Ilmiy — ommabop jurnallar

Bunday jurnallar ilm-fan masalalarini keng o'quvchilar ommasiga yetkazish, ilmiy ishlar va ixtirolarni sharhlash, ilm-fanni hayot bilan bog'lash maqsadida chiqariladi. Bunday jurnallar o'z xususiyati bilan ijtimoiy-siyosiy yoki adabiy-badiiy jurnallarga yaqin turadi. O'zbekistondagi ko'pchilikka tanish «Fan va

turmush» jurnali buning yaqqol misolidir. Bizda ilmiy-ommabop, hamda adabiyotning fantastika turi bilan bogʻlanib ketgan «Sirli olam» jurnali ham mavjud boʻlib, muvafaqqiyatli faoliyat koʻrsatib kelmoqda.

Bulardan tashqari maxsus ilmiy-informatsion jurnallar ham mavjud boʻlib, fanning turli sohalari boʻyicha chiqqan asarlar, yangiliklar haqida xabar beradi.

Ilmiy jurnallar ilmiy jurnalistika qonuniyatlari asosida ish koʻradilar. Ularda asosan jiddiy tahlil uslubi qoʻllaniladi. Ilmiy jurnallarda ishlash jurnalistdan fanning maʼlum sohasi boʻyicha ixtisoslashish, ilmiy-ommabop jurnallarda esa ommabop yoza olish, ilmiy publitsistikani yaxshi egallash talab etiladi.

3. Adabiy-badiiy va sanʼatga oid jurnallar

Jurnallar tasnifida adabiy — badiiy va sanʼatga oid jurnallar ham muhim oʻrin tutadi. Bu turdagi jurnallar asosan badiiy adabiyot va sanʼatning turlarini yoritish uchun xizmat qiladi. Maʼlumki, adabiyot va sanʼat ham ijtimoiy hayotni aks ettirish koʻrinishlaridan boʻlib, ijtimoiy ongda matbuot bilan bir qatlamda joylashadi. Adabiy-badiiy va sanʼatga doir jurnallar matbuot bilan mazkur ijtimoiy ong koʻrinishlarining oʻzaro ijodiy hamkorligi natijasidir.

Adabiy-badiiy va sanʼatga doir jurnallar ham eng ilk jurnallar hisoblanadilar. Insoniyat tarixida ilk bor dunyoga kelgan jurnal— «Journal des Savans» ham sanʼat masalalarini yoritishga moʻljallangan edi. Turkistonda ilk bor nashr etilgan «Oyina» jurnalida ham adabiyot va sanʼat masalalariga keng oʻrin berilgan. Hozirda dunyoda juda koʻplab adabiy-badiiy va sanʼatga oid jurnallar nashr etiladi. Respublikamizda ham bu turda jurnallarning muayyan turi mavjuddir.

Adabiy-badiiy va sanʼatga oid jurnallar ham oʻz navbatida turli xillarga boʻlinib ketadi:

1). Adabiy-badiiy jurnallar

Bu xildagi jurnallar bevosita adabiyotni yoritish, yangi badiiy va tarjima asarlarini oʻquvchilarga yetkazish, adabiy asarlarni baholash va sharhlash (adabiy tanqidchilik) kabi masalalar bilan shugʻullanadilar. Bu xil jurnallarga respublikamizda nashr

etilayotgan «Sharq yulduzi», «Jahon adabiyoti» kabi jurnallar kiradi.

2). Hayotni adabiy-badiiy usulda yoritishga mo'ljallangan jurnallar.

Bu xildagi jurnallar ijtimoiy-siyosiy jurnallar hisoblansa-da, ularda hayot voqealari adabiy-badiiy uslubda yoritiladi. Bunday jurnallarda publitsistikaning muhim sohasi - badiiy publitsistika keng qo'llaniladi. Masalan, respublikamizda nashr etilayotgan «Guliston», «Yoshlik», «Saodat» jurnallari yuqoridagi jurnallar qatoriga kiradi.

3). san'atga oid jurnallar

Bu xildagi jurnallarga teatr, kino, tasviriy san'atni yoritishga bag'ishlangan jurnallar kiradi. Masalan, «O'zbekiston kinosi», «Films» va boshqalar.

Adabiy-badiiy va san'atga doir jurnallarda ishlash uchun jurnalistdan adabiy-badiiy ijodni, san'atni chuqur bilish, mushohada eta bilish talab qilinadi.

4. Hajviy jurnallar

Jurnallar tasnifida hajviy jurnallar ham muhim o'rin tutadi. Hajviy jurnallar jamiyat hayotini hajv va kulgi vositasi bilan yoritadi. Garchi ular ijtimoiy hayotning hamma sohalariga kirib borishlari sababli ijtimoiy-siyosiy jurnallarga yaqin tursalar—da, ular hayotni boshqa jurnallar singari jiddiy tahlil usulida emas, satira va yumor — ijtimoiy kulgi vositasida aks ettiradi, hayotdagi ijtimoiy illatlarga qarshi kurashadi, salbiy hususiyatga ega bo'lgan voqea va hodisalarni hajv nuqtayi nazaridan baholaydi, xulosalar chiqaradi. Hajviy jurnallar faoliyatida hajviy publitsistika asosiy o'rinni egallaydi. Dunyodagi juda ko'p mamlakatlar o'z hajviy jurnallariga ega. Bular orasida Angliyada chiqadigan «Private lie» («Shaxsiy ko'z»), Fransiyada nashr etiladigan «Gala» («Namoyish»), Germaniyada chiqadigan «Shpigel», («Oyna»), Rossiyada chiqadigan «Крокодил» («Timsoh») va boshqalar bor. Mamlakatimizda hajviy jurnallar XX asrning boshlarida paydo bo'ldi. Bular 1917—yildan chiqqan «Chayon» va «Cho'l chayoni» hajviy jurnallari bo'lib, o'sha davr ijtimoiy illatlarini hajv ostiga

olgan. 1923—yildan e'tiboran nashr etib kelinayotgan «Mushtum» jurnali hozirda ham asosiy o'zbek hajviy jurnali hisoblanadi.

5. Suratli jurnallar

Jurnallar tasnifida suratli jurnallar ham alohida o'rin tutadi. Suratli jurnallar jamiyat hayotini yoritishda texnikaga asoslangan alohida bir usul — fotojurnalistikadan keng foydalanadilar. Fotojurnalistikaning asosini fotopublitsistika tashkil etadi va publitistikaning bu sohasi ham o'z ichki janrlari va keng ijodiy imkoniyatlariga egadir. Suratli jurnallarda fotosurat bilan ana shu suratlarni sharhlovchi yoki to'ldiruvchi bosma so'z — matn ham muhim rol o'ynaydi. Shuni aytish kerakki, boshqa ijtimoiy-siyosiy jurnallarda ham fotosuratlardan keng foydalaniladi, ammo bunday jurnallarda esa bosma so'z — matn asosiy o'rin tutadi, suratli jurnallarda esa suratlar asosiy o'rinni egallaydi.

Suratli jurnallar jahonning ko'plab mamlakatlarida nashr etiladi. Bular orasida AQSHdagi «Playboy», «Germaniyadagi «Shpigel», Rossiyadagi «Огонек» kabilar bor. Respublikamizda maxsus «O'zbekiston kontakt» degan suratli jurnal nashr etiladi. Shuningdek, «Guliston», «Saodat», «Yoshlik», «Filmz» kabi jurnallarda ham fotosuratlariga keng o'rin beriladi. Suratli jurnallarda ishlovchi jurnalist fotojurnalistikadan chuqur xabardor bo'lishi lozim.

6. Tarmoq jurnallari

Jamiyat ijtimoiy-siyosiy, iqtisodiy—ishlab chiqarish va madaniy-ma'naviy hayotining ayrim tarmoqlarini yoritish uchun chiqariladigan jurnallarga tarmoq jurnallari deyiladi. Ya'ni, tarmoq jurnallari jamiyat hayotining ayrim tarmog'ini keng va batafsil yoritish uchun mo'ljallanadi. Bunday jurnallar ijtimoiy-siyosiy yoki ilmiy — ishlab chiqarish jurnallariga yaqin turishi mumkin. Bu xil jurnallarga respublikamizda nashr etilayotgan «Muxbir», «Adolat», «Sihat—salomatlik», «Hamshira» va boshqa jurnallarni kiritish mumkin. Tarmoq jurnallari asosan, shu sohada ishlovchi kishilar uchun mo'ljallab chiqariladi. Tarmoq jurnallarida ishlash uchun jurnalist ana shu tarmoq hayotini chuqur bilishi lozim.

Jurnallar aholining ma'lum tabaqalari uchun ham mo'ljallab chiqariladi. Masalan, kattalar uchun, xotin-qizlar uchun, yoshlar

uchun, bolalar va kichkintoy bolalar uchun chiqariladigan jurnallar mavjuddir. Respublikamizda ko'zi ojizlar uchun maxsus jurnal nashr etiladi.

Jurnallar chiqish davriga qarab, haftalik, oylik, bir oyda ikki marta, ikki oyda bir marta chiqarilishi mumkin. Ayrim haftaliklar gazeta ko'rinishida chiqadi va ular gazeta bilan jurnal o'rtasida turadi. Yilda bir chiqariladigan maxsus to'plamlar almanax deb ataladi va ular kitob bilan jurnal o'rtasida turadi.

Jurnal muharririyatlarida ishlash gazetadan ma'lum darajada farq qiladi. Gazetada jurnalistdan ko'proq operativlik, tezkorlik talab qilinsa, jurnalda esa hayotning chuqur qatlamlariga kirib borish, chuqur bilim va mushohada talab etiladi.

RADIO – OMMAVIY AXBOROT VOSITALARIDAN BIRI SIFATIDA

Ma'lumki, gazetalar va jurnallar matbuotning asosini tashkil etadi. Ular deyarli to'rt asrdan buyon insoniyatga xizmat qilib kelmoqda. Bir necha yuz yilliklar — XVII-XIX asrlar davomida esa matbuot tasnifi faqat gazeta va jurnallardan tashkil topib keldi. Lekin, matbuotning jamiyat hayotidagi ahamiyati shu qadar katta-ki, insoniyat faqat gazeta va jurnal bilan kifoyalanib qolmadi: XIX asrning oxiri va XX asrning boshlariga kelib, ommaviy axborot vositalari tasnifida katta bir yangilik, beqiyos bir o'zgarish yuz berdi, unga matbuotning butunlay yangi bir turi — radio kirib keldi. Radio so'zi, yunoncha bo'lib, «radius» — nur, «radio» — nur tarataman, degan ma'noni bildiradi, hamda, bu o'rinda elektromagnit to'lqinlari orqali ovoz to'lqinlarini uzoq masofa va katta hududga simsiz tarqatish usuliga, bu usulni amalga oshiruvchi asbobja aytiladi.

Radio — OAVning o'ziga xos elektron texnikaga asoslangan turidir. Radio, tub ma'nodagi matbuot emas, ya'ni u so'zni bosma usul bilan ko'paytirmaydi, balki uni maxsus asbobja vositasida og'zaki ko'paytiradi, shu jihatdan u matbuotning, to'g'rirog'i ommaviy axborot vositalarining bir turi hisoblanadi. Radio

ommaviy axborot vositalari tasnifida alohida o`rin tutadi, illo gazeta va jurnal ko`rish, bosma so`zlarni o`qish orqali inson ongiga etib borsa, radio esa ovozni quloq bilan eshitish orqali ta`sir ko`rsatadi. Bu esa insonning eng asosiy sezuv a`zosi bo`lmish quloq orqali informatsiya qabul qilishdek eng qadimiy va tabiiy imkoniyatidan kelib chiqadi. Bu jihatdan uni matbuot hali vujudga kelmagan paytlarda uning vazifasini bajargan og`zaki nutq, jarchilik, notiqliq san`atining davomi, boshqacha qilib aytganda yuqoridagi vositalarniig texnikaga asoslangan qaytarilgan ko`rinishi deyish mumkin. Garchi yozma (bosma) so`z qanchalik muhim va mu`tabar bo`lmasin, og`zaki so`z, nutq bevosita eshituvchiga yo`naltirilgan bo`ladi, shu boisdan uning ta`sir kuchi kattaroqdir. Shu boisdan ham radio matbuotning o`ziga xos, og`zaki, eshituvchiga bevosita qaratilgan turi sifatida insoniyat hayotiga dadil kirib keldi va undan o`z munosib o`rmini oldi. Radio paydo bo`lgach kishilar ijtimoiy hayot yangiliklarini tezroq eshitadigan bo`ldilar, dunyodan yanada kengroq xabardor bo`la boshladilar, ijtimoiy tafakkur ufqlari yanada kengaydi. Kishilik yuksak madaniy bosqichining mevasi bo`lgan radio bu bosqichning yanada rivojlanishiga ta`sir ko`rsatuvchi muhim omil bo`ldi. Radio paydo bo`lishi bilan insoniyatning nutq san`ati yanada takomillashdi, tovush — ohang sifatida insonga etib horib, unga zavq—shavq, orom bag`ishlovchi muzika san`ati yanada rivojlandi, inson ongidagi olam rang-baranglashdi.

Turgan gapki, jamiyatdagi tabaqalar, guruhlar, sinflar matbuotning boshqa turlari kabi radiodan ham o`zlarining ijtimoiy-g`oyaviy, iqtisodiy va ma`naviy maqsadlari yo`lida foydalana boshladilar. Ular radioni kishilarga, keng ommaga, faqat ayrim mamlakat miqyosida emas, balki butun dunyo miqyosida o`z qarashlari, g`oyalarini yetkazish, targ`ib va tashviq qilish va o`zlariga muxolif bo`lgan kuchlarning g`oya va qarashlariga zarba berish uchun vosita sifatida qo`llay boshladilar. Radio to`lqinlarining sarhad bilmasligi, butun dunyoga ham tarqala olishi bu ishda juda qo`l keldi. Turli xil informatsiyalar, qarashlar, g`oyalar radioning turli o`lchamdagi to`lqinlari sifatida yer kurrasini o`rab oldi va kunu tun, bir zum tinmasdan taralib

turadigan bo`ldi. Endi insoniyat o`z hayotini radiosiz tasavvur eta olmaydi. Radio matbuotning, ommaviy axborot vositalarining chegaralarini, imkoniyatlarini misli ko`rilmagan darajada kengaytirdi, dunyo xalqlarini bir-biriga yaqinlashtirdi, insonning olamaro mas`uliyatini oshirdi.

Radioning tarixiga nazar tashlasak uning ko`pchilik ijodi ekanligini ko`ramiz. XIX asrning o`ptalapida italyan olimi K.Markoni radio bo`yicha jiddiy tadqiqotlar olib bordi. Bu ishga jahondagi boshqa olimlar qatori rus ixtirochilari ham o`z hissalarini qo`shdilar. Birinchi bor radio rus olimi A.S.Popov tomonidan 1895—yil 7—may kuni Peterburgdagi rus fizika—ximiya jamiyati yig`ilishida sinab ko`rildi. Ammo y ishlab chiqqan elektr signallarni uzoq masofaga simsiz uzata oladigan radiotelegraf asosan aloqa vositasi sifatida ixtiro qilingan edi. Mazkur simsiz telegrafni ommaviy axborot vositasi bo`lib shakllanganicha ma`lum vaqt o`tdi. Buning uchun esa matbuotning paydo bo`lishida asosiy o`rin tutgan ijtimoiy-siyosiy, iqtisodiy va ma`naviy ehtiyojlar zarur bo`ldi. Ya`ni, ayrim tabaqa va guruhlar radiodan bir joyda turib juda katta hudud va keng masofadagi kishilarga o`z g`oyalarni yetkazish mumkinligini tushunib etdilar va bu muhim ehtiyoj oddiy aloqa vositasini ommaviy axborotning muhim turiga aylanishiga olib keldi. Jumladan, 1917—yilda Rossiyada hukumat tepasiga kelgan bolsheviklar radio orqali targ`ibot va tashviqot olib borish uchun uni takomillashtirish bo`yicha maxsus ilmiy-tadqiqot laboratoriyasi tashkil etishdi va 1920—yilning boshida radio eshittirishlar yuzaga keldi. Shuni aytish kerakki, radioning ommaviy axborot vositasi sifatida ixtiro etilishida toshkentlik mutaxassislar ham ishtirok etishgan. Masalan, 1920—yil 17—noyabr kuni Toshkent radiosi mudiri markazga yuborgan maxsus radiogrammasida Moskva radiosining ovozi Toshkentga ham etib kelganligini ma`lum qilgan edi. 1922—yildan boshlab esa Moskvada dastlabki radio eshittirishlar boshlandi. Moskva radiosi orqali eshittirilgan maxsus «radiogazeta»larda bolshevistik targ`ibot va tashviqot asosiy o`rin egallagan edi. Amerikada muntazam radioeshittirishlar 1920—yildan «Key Did Key Eye» radiostantsiyasining prezidentlik saylovlari haqidagi reportajini

efirga uzatilish bilan boshlandi. 1922—yildan boshlab, ingliz radiosi (keyinchalik «Bi — Bi — Si» deb nom olgan) ning muntazam eshittirishlari boshlandi¹⁰.

Umuman olganda, ommaviy axborot vositalarining yangi bu turi bo'lmish radio o'z faoliyatini siyosiy-g'oyaviy vazifalarni amalga oshirishdan boshladi. Yana shu narsa ham ko'rinib turibdiki, dastlabki davrlarda radiodan faqat matbuot (gazeta) materiallarini o'qib eshittirish vositasi sifatida foydalanilgan, keyinchalik u asta-sekin o'z xususiyatlariga ega bo'la borib, ommaviy axborot vositalarining to'laqonli bir turiga aylangan.

Toshkentda birinchi radio eshittirishlar 1927—yilning 11-fevralida boshlangan. O'zbekistonda radioeshittirishlarning yo'lga qo'yilishi xalqimiz tarixida katta ijobiy ma'naviy voqea bo'lgan edi¹¹.

Hozirga kelib radio misli ko'rilmagan darajada taraqqiy etdi va butun jahon kishilik jamiyati ma'naviy hayotidan mustahkam o'rin oldi. Dunyodagi barcha rivojlangan mamlakatlar o'z radiostantsiyalariga egadir. Dunyoda Amerika Qo'shma Shtatlariga qarashli «Amerika ovozi», «Ozodlik», Angliyaning «Bi — Bi — Si», Germaniyaning «Nemis to'lqinlari» va boshqa o'nlab radiostantsiyalar ishlab turibdi. O'z milliy mustaqilligiga erishgan respublikamiz ham rivojlangan radio tarmog'iga ega. O'zbekistonda 5 ta radiostudiya faoliyat ko'rsatmoqda. Ular orasida O'zbekiston televideniyasi va radiokompaniyasiga qarashli Toshkent radiosi etakchi o'rinni egallaydi. O'zbek radiosi doimiy ravishda to'rt dasturda eshittirishlar olib boradi. Shuningdek, Toshkentdan rus, o'zbek, tojik, qozoq tillaridagi eshittirishlardan tashqari chet eldagi radiotinglovchilar uchun ingliz, hind, arab, fors, afg'on, pushtun, uyg'ur va boshqa tillarda eshittirishlar olib boriladi.

¹⁰ Bu ma'lumotlar prof. F. A. Mo'minovning «Jurnalistika ijtimoiy institut sifatida» (Toshkent, «Universitet» nashriyoti, 1998) kitobidan olindi (60 bet)

¹¹ B. Rixsievnig O'zbekistonda radio eshittirishlar tarixiga bag'ishlangan «To'lqinlar qanotida» (Toshkent, Birlashgan nashriyot, 1967) kitobida Toshkentda radioning ishga tushishi o'zbek dehqonlari uchun juda qiziq voqea bo'lganligi hikoya qilinadi.

O'zbek radiosining ovozini ko'plab mamlakatlardagi radio tinglovchilar doimiy eshitib boradilar. Bu o'zbek radiosining xalqaro nufuzi tobora oshib borayotganligidan dalolat beradi.

Hukumatimiz tomonidan qabul qilingan «Ommaviy axborot vositalari to'g'risida» va boshqa muhim hujjatlar o'zbek radiosi faoliyatini yanada yaxshilashda katta imkoniyatlar yaratib berdi. O'zbek radiosi respublikamizga va chet ellarga doimiy turli informatsiyalar yetkazib berish bilan birlikda mamlakatimiz mustaqilligini mustahkamlash, o'lkamizda olib borilayotgan ulkan ijtimoiy-siyosiy, iqtisodiy va ma'naviy islohotlarning amalga oshishida, kishilar ongida istiqloq mafkurasining to'la shakllanishida katta xizmat ko'rsatmoqda.

Radio garchi ommaviy axborot vositalarining og'zaki nutqqa asoslangan turi bo'lsa-da, o'z faoliyatida matbuot qonuniyatlariga to'la rioya qiladi. Ya'ni, radio ham ijtimoiy hayotni aks ettiradi, uni biladi, tadqiq qiladi va unga qaytadan ta'sir ko'rsatadi. Radioning ham bosh vazifasi xuddi matbuotning boshqa turlari kabi ijtimoiy informatsiya tarqatishdan iboratdir. U ham matbuotning tasvir, tahlil va ta'sirdan iborat funksiyalarini bajarishda to'la ishtirok etadi, uning faoliyatida ijtimoiy hayotni tasvirlash, ya'ni xabardor qilish funksiyasi alohida o'rin tutadi. Radio ijtimoiy informatsiyani tezkorlik bilan, boshqa ommaviy axborot vositalaridan oldinroq yetkaza olish imkoniyatiga ega. Shuningdek, u matbuotning tahlil va ta'sir funksiyalarini ham bajarishda ishtirok etadi. Radio matbuotning bosh tamoyillari, an'anaviylik va yangi omillardan foydalanish, jamoatchilik fikrini ifoda etish va boshqa qonuniyatlarini ham bajaradi. Radioda publitsistikaning har uch – xabardor qilish, tahliliy va badiiy-publitsistik ko'rinishlari o'z ifodasini topadi. Shuningdek, radio ijtimoiy informatsiya yetkazib berishdan tashqari, kishilarni dam oldirish, estetik zavq berish kabi funksiyalarni ham bajaradi.

Radioning boshqa ommaviy axborot vositalaridan o'ziga xos afzalligi uning serko'lamligi, doimiyligi hamdir. Ya'ni, radio gazeta va jurnallarga qaraganda kengroq jabhada, kun-tun muttasil ravishda informatsiya tarqatishi, eshittirishlar berishi mumkin.

Shuningdek, uning tezkorligi va chegara bilmasligi ham boshqa ommaviy axborot vositalaridan ajratib turadi. Jumladan, radioning qisqa to'liqlari dunyoning katta hududlari, juda uzoq masofalarga tarqalishi mumkin. Bu esa xalqaro miqyosda informatsiyalar tarqatish va ma'lum g'oyalarni yetkazib berishga imkoniyat tug'diradi. Radioning o'z funksiyalarini bajarishda nutq san'ati, teatr va ayniqsa musiqadan keng foydalana olishi uning jozibadorligini oshiradi. Lekin radio og'zaki, oniyligi nuqtayi nazaridan gazeta va jurnaldan keyinda turadi. U ijtimoiy hayot voqealarini bevosita ko'rsatish imkoniyatiga ega bo'lgan teleko'rsatuvlar bilan ham o'zaro raqobatda yutuq qazishi mumkin, ammo televideniya qaraganda nisbatan tezkorligi va chegara bilmasligi bilan undan ustun keladi.

Respublikamizda radio keng tarmoqli tuzilishga ega. Bizda respublika, viloyat, shahar, korxonalar va muassasalar miqyosida radio eshittirishlar olib boriladi. Respublikamizda radio, televideniya va radioeshittirishlar davlat kompaniyasi tomonidan boshqariladi. Radioning rahbari — kompaniya raisining o'rinbosari hisoblanadi. Radiokompaniya ijodiy va ovozni yozib olish xizmati xodimlariga rahbarlik qiladi, radio texnikasi aloqa vositasi sifatida maxsus idoralarga bo'ysunadi.

Markaziy radioeshittirishlar turli kanallarga bo'linadi. Birinchi dastur, «Mash'al», «Yoshlik» kanali va boshqalar. Shuningdek unda ijtimoiy-siyosiy, «Axborot», ta'lim va tarbiya, muzika, adabiy-badiiy eshittirishlar va boshqa muharririyatlar ish olib boradi.

Viloyat, shahar, tuman va korxonalar, muassasalar radio eshittirishlari o'z imkoniga qarab bir va bir necha muharririyatlardan iborat bo'ladi.

Markaziy radioeshittirishlar yuqorida aytganimizdek, bir necha dasturlarda olib boriladi. 1-dastur asosan rasmiy, ijtimoiy-siyosiy eshittirishlar, 2-dastur esa ma'rifiy, ommabop, 3-dastur asosan dam oldirish xarakteridagi eshittirishlardan tashkil topadi. «Mash'al» deb nomlanuvchi maxsus dastur esa informatsion — musiqiy eshittirish hisoblanadi. Yoshlar uchun maxsus «Yoshlar kanali» ham eshittirib boriladi.

Radio orqali beriladigan ma'lum mavzudagi eshittirishlar majmui radiojurnal deb ataladi. Respublikamiz radiosida «Gulxan», «Alanga», «Dugonalar», «Tabassum» va boshqa radiojurnallar doimiy ravishda berib boriladi. Radioeshittirishning bu xilda turli mavzuda bo'lishi matbuotning, ijtimoiy hayotning barcha jabhalarini qamrab olishi, uning har taraflama, har yerda hozir va har narsadan xabardor bo'lishidan kelib chiqadi. Radioeshittirishlarning ma'muriy, hududiy jihatdan bo'linishi esa aholining barcha qatlamlarini qamrab olish imkonini beradi.

Ommaviy axborot vositalari tasnifida radioning paydo bo'lishi bilan radiojurnalistika ham paydo bo'ldi. Radiojurnalistika—jurnalistikaning radioning o'ziga xos xususiyatlari bilan qo'shilishidan xosil bo'lgan umumiy faoliyat qoidalaridir. Radiojurnalistikaning o'ziga xos xususiyatlari, uning maxsus elektron texnikaga asoslanishi, ovozni magnit tasmalariga yozib olish va efirga uzatish bilan ish ko'rishi, radio faoliyatida publitsistika (so'z), texnika (yozib olish) va uzatishda notiqlik san'ati, musiqadan foydalanishning umumiy birlashmasidan iborat bo'lgan jamoa mehnati qo'llanilishini taqozo etadi. Bu hol uning janrlarida ham o'z ifodasini topadi. Radioning janrlari matbuot (publitsistika) janrlari bilan radioning xususiyatlari qo'shilmasidan kelib chiqadi, Avvalo shuni aytish kerakki, publitsistika radio faoliyatida radiopublitsistikaga aylanadi, Ya'ni, matnga ovoz ham qo'shilib publitsistikaning ta'siri yanada ortadi. Radioda ham publitsistikaning har uch qismi —xabardor qilish, tahliliy va badiiy publitsistika o'z ifodasini topadi. Ya'ni, matbuotda qo'llaniladigan xabar, reportaj, lavha va boshqa barcha informatsion janrlar hamda suhbat, sharh kabi tahliliy janrlar ham radioda keng qo'llaniladi. (Faqatgina tahliliy janrlarning eng asosiysi bo'lmish maqola radioda «radio chiqish» deb nomlanadi). Badiiy publitsistikaga xos bo'lgan ocherk, felyeton, pamflet kabi yirik janrlar ham radioda keng qo'llanilishi mumkin. Umuman olganda matbuotning barcha janrlari radio faoliyatida bimalol ishlatilishi mumkin. Bundan tashqari radio, adabiyot va teatr san'ati bilan yaqindan hamkorlik qilishi boisidan radiohikoya, radiopyesa, radioinsenirovka kabi janrlardan ham foydalanadi. Radioda musiqa san'ati keng o'rin

olishi boisidan radiokompozitsiya (matn va musiqaning o'zaro qo'shilishi), radiokontsert kabi eshittirishlar ham beriladi. Radiodagi bu xilma—xil san'atlar jamlamasida so'z, publitsistika asosiy o'rinni egallaydi, illo radio birinchi navbatda matbuotning texnikaga asoslangan ko'rinishi, ommaviy axborot vositalarining bir turidir.

Radioda ishlash matbuotning gazeta va jurnal kabi turlaridan ancha farq qiladi. Radioda ishlovchi jurnalist xuddi gazeta va jurnallarda ishlovchi jurnalistlardek ijod qilishi bilan birgalikda ovozni yozib olish va uzatish texnikasidan, radioning boshqa o'ziga xos xususiyatlaridan yaxshi xabardor bo'lishi shart.

TELEVIDENIYE – OMMAVIY AXBOROT VOSITALARINING O'ZIGA XOS TURI SIFATIDA

XX asrning o'rtalariga kelib matbuot, ommaviy axborot vositalari tasnifi yana bir ko'rinish, yana bir shakl bilan boyidi—uni televideniya (tele — yunoncha — uzoq, videnie — ruscha—ko'rish) deb nomlandi. Televideniya matbuotning elektron texnikaga asoslangan bir turi bo'lib, elektromagnit to'lqinlari orqali ovoz va tasvirni uzoq masofaga, keng hududga yoyish orqali ish ko'radi. Televideniya OAV tasnifining alohida ahamiyatga va o'ziga xos xususiyatga ega bo'lgan turi hisoblanib, ijtimoiy hayotni so'z bilan tasvirlash (gazeta va jurnal), ovoz bilan eshittirish (radio)gina emas, balki, bevosita ko'rsatish imkoniga egadir. Televideniya ixtiro etilishi bilan matbuot tasnifida juda katta sifat o'zgarishi, haqiqiy inqilob yuz berdi: kishilar ijtimoiy hayot voqealarini bevosita ko'ra olish imkoniyatiga ega bo'ldilar, ijtimoiy ong bilan ijtimoiy borliq o'rtasida eng qisqa yo'l, eng qulay ko'prik harpo etiidi, inson ongiga ta'sir etishning eng ishonchli, eng qiziqarli usuli topildi. Televideniya faqat inson ongiga emas, uning his-tuyg'usiga ham faol ta'sir ko'rsatadigan matbuot turi bo'ldi. Televideniya inson aql-zakovati, tafakkurining bemisl mevasi, fan-texnikaning buyuk yutug'i, inson madaniyati erishgan olamshumul natija, hamda uni yanada taraqqiy etishida

tengsiz omil bo'lib qoldi. Ana shu buyuk kashfiyot tufayli XX asr — televideniya asri deb nomlanadigan bo'ldi.

Shuni aytish kerakki, odamzod qadim zamonlardan beri uzoq-uzoqlardagi manzaralarni, olamda bo'layotgan voqealarni yaqindan ko'rishni orzu qilib kelgan, shunday bir asbob —“oynai jahon” to'g'risida ertak va afsonalar to'qigan. Ulug' mutaffakir shoir Alisher Navoiy xalqning orzu-umidi bo'lgan bu afsonani o'zining mashhur «Xamsa» asaridagi «Farhod va Shirin» dostonida tasvirlab, bu xayoliy asbobni «jahon holatini ravshan» ko'rsata olishini tasvir va tavsif etib o'tgan edi¹². Bu g'oyalar zamonlar o'tib bizning davrga kelib haqiqatga aylandi.

Televideniya yaratish bo'yicha haqiqiy ilmiy-tadqiqot ishlari o'tgan asrning oxirlari va XX asrning boshlarda boshlandi. Bu davrda turli mamlakatlarda bu sohada o'nlab ilmiy loyihalar taklif qilindi. Peterburg universitetining professori B.L. Rozing birinchi bo'lib nur taratuvchi elektron trubkani yaratdi va 1911—yilning 9—mayida sinab ko'rdi. Bu bilan u hozirgi zamon televideniya nazarini asos soldi. Televideniya ixtiro qilishda Rossiyaning Nijegorod shahrida rus olimi M.A. Bonch-Bruievich boshchiligidagi radioteknikaning takomillashtirish sohasida ish olib borgan guruhning ham xizmati bor edi.

Albatta to'la ma'nodagi, mukammal televideniyaning vujudga kelishi uchun juda ko'plab olimlar, mutaxassislar uzluksiz izlanishlar olib bordilar. Ular orasida toshkentlik tadqiqotchilar B.P.Grabovskiy va I.F.Belyanskiylar ham bor edilar. Grabovskiy Turkiston davlat universitetining xodimi, Belyanskiy esa O'rta Osiyo aloqa ilmiy-tekshiruv idorasining mutaxassisi edi. Ularga professor N.N.Zlatovratskiy va V.I.Popovlar yordam berishdi. Tadqiqotchilar 1923-26 yillarda harakatdagi tasvirni uzatuvchi va qabul qiluvchi asbobni yaratish ustida tinmay ish olib borishdi. Ixtirochilar o'zlari yaratgan trubkani Sankt-Peterburgga olib borib B.L.Rozingga ko'rsatishadi, olim tadqiqotchilarning ishini ko'rib,

¹² Bu haqda A. Karimovning «Bu ko'zguki erur hikmat jahoni» maqolasida («O'zbekiston matbuoti», 1998, 4-son, 34-bet) mufassal ma'lumot keltirilgan.

ma'qullab, tegishli maslahatlar beradi. O'zbekiston hukumati yosh tadqiqotchilarning ishini qo'llab-quvvatlaydi va moddiy-ma'naviy ko'mak berib turadi. Nihoyat, 1928-yilning 28-iyulida ular yaratgan apparat sinovdan muvaffaqiyatli o'tadi: Grabovskiy va Belyanskiylar yasagan mujazgina ekranda Belyanskiyning yurib turgan holati, bosh kiyimini bir necha marta echib kiygani ko'rinadi. Binobarin, televideniyaning dastlabki ko'rinishi ixtiro etilgan edi. Ixtirochilarning Xalqaro konvensiyasi tomonidan Grabovskiy va Belyanskiylarning mazkur ishiga berilgan hujjatlar O'zbekistonning televideniya vatanlaridan biri, Toshkent esa televideniyaning tug'ilgan joyi deyishimizga asos beradi¹³.

Televideniyaning muntazam ko'rsatuvlari asosan 1930-yildan keyin boshlandi. 1931-yili Parijda, xuddi shu yili Moskvada teleko'rsatuvlar yo'lga qo'yildi, 1936-yilda esa Angliya radioeshittirish korporatsiyasi — "Bi-Bi-Si" o'zining muntazam televizion ko'rsatuvlarini namoyish eta boshladi. Bu orada avj olib ketgan I-Jahon urushi televideniya sohasida olib borilayotgan tadqiqotlarning borishiga to'sqinlik qildi. Urushdan keyin Yevropaning barcha yirik mamlakatlarida, 1946-yil Moskvada ommaviy teleko'rsatuvlar boshlandi¹⁴.

Toshkent televizion markazi qurilishi 1954-yil may oyida boshlanib, 1956-yil 5-noyabrda ishga tushirildi. Shu kuni kechqurun Toshkentda zangori ekranning chirog'i yondi va birinchi televideniya diktor (suxandon)lari Iqbol Olimjonova (o'zbek tilida) va Yunona Stolyarova (rus tilida) teleko'rsatuvlarni olib bordilar. Bu kun O'zbekiston ommaviy axborot vositalari

13 Toshkentlik televideniya ixtirochilari B.P. Grabovskiy va I.F. Belyanskiylar haqidagi ma'lumot A. Karimovning «Oynai jahon tarixidan» ("Muxbir", 1973, 7-son), «Ru ko'zgukim erur hikmat jahoni» («O'zbekiston matbuoti», 1998, 4-son) maqolalarida ancha batafsil bayon etilgan.

14 Televideniya tarixiga doir ma'lumotlar prof. F.A. Mo'minovning «Jurnalistika ijtimoiy institut sifatida» kitobida (Toshkent «Universiteti» nashriyoti, 1998, 65—76 betlar) ancha batafsil berilgan.

tarixida alohida kun bo'lib qoldi¹⁵.

1962–yildan boshlab Toshkent telestudiyasi ikki dasturda ko'rsatuvlar bera boshladi. 1967–yildan boshlab Moskva televideniyesi va 1971–yildan boshlab Toshkent televideniyesi rangli tasvirga o'tdi.

Hozirgi dunyoda televideniya yuksak darajada rivoj topdi va insoniyat ma'naviy hayotining ajralmas qismiga aylandi. Barcha rivojlangan mamlakatlar o'z televideniya-siga egadir. AQSHda uchta umummilliy teletarmoq—“Ey — Bi — Si”, «Si — Bi — Es» va «En—Bi—Si» faoliyat ko'rsatmoqda. Angliyada «Bi-Bi-Si», Fransiyada TF, Rossiyada OPT, RTP, HTB va boshqa yirik telestudiyalar mavjuddir. O'zbekistonda Toshkent telestudiyasidan tashqari ellikdan ortiq telestudiya ish olib bormoqda. O'zbek televideniyesi o'z salohiyati, milliy qiyofasi bilan jahonning etakchi televideniyalari qatorida turadi.

Televidenie jahon taraqqiyoti bilan qadamba-qadam rivojlanib, taraqqiy etib bormoqda. Kabelli televideniyaning vujudga kelishi hamda televizion signallarni tarqatish va qabul qilishda yer sun'iy yo'ldoshlaridan foydalanish televedeniening texnik imkoniyatlarini yanada kengaytirdi. Fan-texnikaning o'sishi, lazer nurlaridan foydalanishning yangi usullari ixtiro qilinishi natijasida televideniyaning yanada takomillashtirish, hajmli ko'rsatish usullarini yo'lga qo'yish mumkinligini ko'rsatmoqda. Insoniyatga ijtimoiy hayotni bevosita ko'rsatib beruvchi bu ommaviy axborot vositasi turining kelajagi porloqdir.

Televidenie garchi tub ma'noda matbuot bo'lmasa-da, ya'ni, so'zni bosma usul bilan ko'paytirmasdan ijtimoiy hayotni og'zaki so'z va tasvir vositasida aks ettirisa-da, u ommaviy axborot vositalarining bir turi hisoblanadi va matbuot qonun-qoidalari asosida ish ko'radi. Matbuotning bosh qonuni esa, ma'lumki, ijtimoiy borliqni aks ettirish, uni bilish, tadqiq qilish va jamiyatga

¹⁵ Mazkur satrlap muallifi Toshkent televideniya markazining qurilishining birinchi kunidan boshlab teleminora qad ko'tarishi va birinchi ko'rsatuvlarning olib borilishiga guvoh bo'lganligi bilan faxrlanadi. U paytda men O'rta Osiyo davlat universiteti jurnalistika bo'limining talabasi edim.

qaytadan ta'sir ko'rsatishdir. Televideniya bu qonunlarning barchasini ado etadi. U matbuotning ijtimoiy informatsiya yig'ish va tarqatishdek vazifasini, uning uch qirrasini bo'lmish — tasvir, tahlil va ta'sirdan iborat bo'lgan uch funksiyasini ham to'la bajaradi. Ya'ni, u hayotdagi voqea va hodisalarni tasvirlaydi, shu bilan birlikda, uni tahlil ham qiladi va hayotga ham bevosita, ham bilvosita ta'sir etadi. Matbuotning bosh prinsiplari ham televideniya faoliyati uchun qonundir. An'analarga amal qilish va yangi omillar yaratish, jamoatchilik fikrining ifodachisi bo'lish qonuniyatlari ham televideniya uchun taalluqlidir.

Shu bilan birlikda televideniya ommaviy axborot vositalarining o'ziga xos, alohida bir turidir. U o'z funksiyasini bajarishda, ijtimoiy hayotni aks ettirishda so'z bilan tasvir qo'shilmasiga erishadi, publitsistika bilan bir qatorda og'zaki nutq san'ati, teatr san'ati, tasvir, kino san'ati, muzika san'ati, fotojurnalistika kabilardan keng foydalanadi, shu boisdan uning jozibasini, kishilarni o'ziga tortish xususiyati matbuotning hoshqa turlariga qaraganda ortiqroqdir. Shu boisdan televideniyaning tasvir, tahlil va ta'sir funksiyalari bilan bir qatorda kishilarga estetik zavq berish, dam oldirish, ma'rifiy funksiyalari ham mavjuddir. U ijtimoiy hayotni bevosita ko'rsata olish hamda qator san'at turlaridan foydalanish imkonini bilan ommaviy axborot vositalari o'rtasida eng birinchi o'ringa da'vogardir. Bu jihatdan u gazeta va jurnallardan yuqori turadi, lekin oniyliги, efirga tarqalib ketishi nuqtayi nazaridan ularning o'rnini bosa olmaydi. Televideniya radio bilan doimiy raqobatda bo'ladi va yuqorida keltirilgan qator xususiyatlari bilan yuqori turadi, lekin radioga qaraganda masofada cheklanishi, materiallarni tayyorlash va efirga uzatish jarayoni biroz murakkabligi bilan undan orqada turadi.

Barcha OAV turlari singari televideniya ham ayrim guruhlar, tabaqalar, sinflar qo'lida g'oyaviy ta'sir vositasi bo'lib xizmat qilishi mumkin. Bunga misol sifatida mamlakatimizning yaqin tarixida uzoq yillar faoliyat ko'rsatib kelgan kommunistik televideniyaning ko'rsatish mumkin. Hozirgi o'zbek televideniyasi esa umumxalq manfaatlariga, mustaqillik mafkurasiga xizmat qilmoqda.

Mamlakatimizda televideniyaning tashkiliy tuzilishi turli xildir, bizda davlat telekompaniyasi bilan bir qatorda nodavlat televideniya studiyalari ham ish ko'rmogda. Toshkent televideniya to'rt — «O'zbekiston» deb nomlanuvchi 1 — kanal, 2 - "Toshkent" kanali, 3 — "Yoshlar kanali", 4-Sport kanali bo'yicha ko'rsatuvlar olib boriladi. Toshkent telestudiyasida «Siyosat», «Iqtisodiyot», «Ma'rifat», «Axborot», «Umid», «Musiqqa», «Kino» va boshqa ichki studiyalar faoliyat ko'rsatmogda. Teledasturlarning rang-barangligi mamlakatimizning ijtimoiy-siyosiy, iqtisodiy-ishlab chiqarish, madaniy-ma'naviy hayotining barcha sohalarini qamrab olish imkoniyatini beradi. Xuddi radioeshittirishlar singari teleko'rsatuvlar ham oldindan rejalashtiriladi va dasturnomalarda bosib chiqariladi.

Televideniyaning o'ziga xosligi, uning o'z funksiyalarini bajarishda so'z va tasvir birligidan, publitsistika bilan bir qatorda san'atning turli ko'rinishlaridan foydalanishi sababli unda mehnat jamoa tarzida quriladi, ya'ni jurnalistlar, tasvirga oluvchilar, san'at talablarini bajaruvchi — rejissyorlar hamda og'zaki nutq ustalari — diktorlar, sharhlovchilar hamkorlikda ish olib boradilar. Televideniya paydo bo'lishi bilan telejurnalistika ham paydo bo'ldi. Telejurnalistika — jurnalistika qonun-qoidalari bilan televideniya xususiyatlarining birlashmasidan iboratdir. Telejurnalistika janrlari ham matbuot janrlari bilan televideniya xususiyatlarining qo'shilishidan kelib chiqadi. Matbuotning, ya'ni, publitsistikaning uch informatsion, tahliliy va badiiy-publitsistik qismlariga xos bo'lgan deyarli barcha janrlari televideniya hamda keng qo'llaniladi. Bular televideniya xususiyatlari qo'shilgach, teleinformatsiya, telereportaj, telelavha, telesuhbat (teleintervyu,) telesharh, teleocherk, telefelyeton va boshqalarga aylanadi. (Gazeta va jurnalga xos bo'lgan maqola janri «telechiqishlar» nomi bilan berilishi mumkin). Ma'lum mavzuga bag'ishlangan ko'rsatuvlar yig'indisi telejurnal deb nomlanadi. Televideniya janrlari bular bilan cheklanib qolmasdan televideniya o'z faoliyatida qo'llanadigan san'at turlariga doir ham bo'lishi mumkin. Masalan, adabiyot va uning bir turi bo'lgan

dramaturgiyaning televideniya-dagi ko`rinishi sifatida telenovella (televizionlashtirilgan hikoya), telespektakl, teleinsenirovka, teleminiatur, kino san`ati bilan qo`shilishidan kelib chiquvchi telefilm, muzika san`ati bilan bog`lanib ketuvchi telekonsert kabilar shular jumlasidandir. Bu — telejurnalistika imkoniyatlarining kengligidan dalolat beradi.

Televidenie o`z faoliyatida turli san`at sohalaridan qanchalik keng foydalanmasin, u avvalo matbuot, to`g`rirog`i ommaviy axborot vositasidir. Shuning uchun ham unda telepublitsistika asosiy o`rinni egallaydi. Telepublitsistika dunyoda yuz berayotgan voqea va hodisalarni ommaga yetkazishda, hozirgi zamonning muhim masalalari bo`yicha jamoatchilik fikrini uyg`otishda muhim rol o`ynaydi. O`zbek telepublitsistikasi respublikamizda olib borilayotgan ijtimoiy-siyosiy va iqtisodiy, madaniy-ma`naviy islohatlarni amalga oshirishda, kishilarimiz ongiga umuminsoniy va milliy qadriyatlarni singdirishda, istiqloq mafkurasini shakllantirish va hayotga tadbiq etishda katta xizmat qilmoqda.

INFORMATSIYA AGYENTLIKLARINING OMMAVIY AXBOROT VOSITALARI TASNIFIDAGI O`RNI

Ma`lumki, ommaviy axborot vositalari gazetalar, jurnallar, radio va televideniya-dan iborat bo`lib, tashqi ko`rinishi, ommaga ta`sir etish shakli turlicha bo`lgan bu matbuot turlari matbuotning qonun-qoidalari asosida ish ko`radi. Ular bir-birlari bilan o`zaro munosabatda bo`ladilar, birlarini to`ldiradilar va shu taxlit yaxlit bir tasnif — ommaviy axborot vositalari tizimini tashkil etib, ijtimoiy hayotning barcha jihatlarini bus-butun, to`liq aks ettiradilar.

Ammo matbuot tasnifi yuqoridagilar bilan cheklanib qolmaydi. Unda informatsiya agentliklari ham o`ziga xos o`rin tutadi. Informatsiya agentliklari (agent so`zi lotincha — xizmat qiluvchi, agentlik esa xizmat ko`rsatish idorasi degan ma`noni bildiradi), garchi matbuotning alohida bir turi hisoblanmasa-da va o`z ko`rinishiga ega bo`lmasa-da, matbuot tasnifida muhim rol

o'ynaydi, bu tasnif informatsiya agentliklarisiz o'z funksiyasini to'la bajara olmaydi.

Xo'sh, informatsiya agentliklari nima? Informatsiya agentliklari ommaviy axborot vositalarini informatsiya bilan ta'minlab turuvchi maxsus kanal, muassasadir. Bu agentliklar ommaviy axborot vositalarining o'z funksiyalarini to'la bajarishlarida yordam beradi, ijtimoiy hayotni butun to'laligi bilan qamrab olishda xizmat qiladi, ommaviy axborot vositalari o'rtasidagi bir butunlikni ta'minlaydi. Xullas, informatsiya agentliklari ommaviy axborot vositalari ishining mukammalligini ta'minlash uchun insoniyat tomonidan kashf etilgan muhim vositadir. Ya'ni, insoniyatning informatsiyaga bo'lgan, hayotni bilib turish uchun bo'lgan cheksiz ehtiyoji ommaviy axborot vositalariga qo'shimcha ravishda informatsiya idoralarining dunyoga kelishiga sabab bo'ldi. Informatsiya agentliklari inson ongining ufqlarini yanada kengaytiradi, dunyoni to'laroq va mukammalroq bildiradi, ijtimoiy faoliyatni yanada faollashtiradi. Informatsiya agentliklari bo'lmaganda gazetalar, jurnallar, radio va televideniya dunyo voqealaridan to'liq xabar bera olmas va insoniyat dunyodan etarli, to'liq voqif bo'la olmas edi.

Informatsiya agentliklari informatsiya yig'ish va o'zaro almashish hamda ommaviy axborot vositalariga yetkazib berishda aloqaning turli vositalaridan jumladan, telegrafdan keng foydalanadilar. Keyinchalik esa ular aloqaning telefon, faks, kompyuter texnikasi va boshqa zamonaviy vositalar yordamida ish ko'ra boshladilar.

Informatsiya agentliklarining kelib chiqish tarixi matbuotning kelib chiqishi bilan chambarchas bog'liqdir. XVI asrda Venetsiyada dastlabki qo'lyozma varaqalar paydo bo'lganda ularga yangiliklar yetkazib beruvchi maxsus byuro — idoralar ham paydo bo'ldi. O'sha davrda gazeta chiqaruvchilarni gazetantlar, yangilik yetkazib beruvchilarni esa novellantlar deb atashgan. Ular yangiliklarni turli yo'llar bilan (xabarchilar yuborish, kaptarlar orqali xat jo'natish va h.k.) yig'ishardi. Keyinchalik telegraf ixtiro qilinishi bilan yangiliklar ana shu vosita orqali yig'ilib tarqatila

boshlandi va dastlabki informatsiya agentliklari telegraf agentliklari deb yuritildi.

Birinchi telegraf agentligi 1825—yilda Parijda Sharl Gavass tomonidan tashkil etildi. Bu agentliklar turli yangiliklar yig'ar, chet el gazetalaridan tarjimalar qilar va tarqatardi. 1848—yilda Amerikada AP (Assosiyatd Press) agentligi tashkil topdi. 1849—yilda Germaniyada Volf agentligi tuzildi. 1851—yilda esa Angliyada Reyter agentligi ish boshladi. 1894—yilda Rossiyada RTA agentligi yuzaga keldi.

Hozirga kelib dunyoda 200 dan ortiq informatsiya agentliklari ish olib bormoqda. Shulardan 5 tasi eng yirik informatsiya agentliklari bo'lib, ular er kurrasini o'z ta'sir doirasiga bo'lib olgan. Ular quyidagilar:

1. Assosiyatd Press (AP) — AQSH
2. United Press Interneyshnl (YuPI) — AQSh.
3. Reiter (Angliya).
4. Frans — Press (Fransiya).
5. ITAR-TASS — (Rossiya).

Mazkur informatsiya agentliklari dunyo bo'ylab informatsiya yig'adi va tarqatadi. Bulardan tashqari Angliyaning YuSIA, Germaniyaning DPA, Yaponiyaning Kyoto—tsusin, Xitoyning Sinxua, Hindistonning PTI (Press Trast of India) kabi informatsiya agentliklari ham yirik agentliklar hisoblanadi. Mustaqil O'zbekistonda ish ko'rayotgan O'zA — O'zbekiston Axborot agentligi, Tashqi ishlar vazirligiga qarashli «Jahon» xamda mustaqil «Turkiston — Press» informatsiya agentliklari milliy agentliklar sifatida ish olib boradilar. Informatsiya agentliklari o'rtasida axborotlar tarqatish va ayriboshlash maxsus bitimlar asosida amalga oshiriladi va xalqaro valyuta—pul sistemasi bilan hisob—kitob qilinadi. Jahondagi milliy va yirik informatsiya agentliklari o'rtasida birinchi bo'lib informatsiya olish va ko'proq tarqatish, informatsiya bozorida erkin harakat qilish sohalarida o'zaro raqobat mavjuddir. Shuning uchun ham yirik informatsiya agentliklarida ko'proq informatsiya yig'ish, yangiliklarni birinchi bo'lib e'lon qilish uchun barcha texnikaviy va boshqa imkoniyatlar ishga solinadi.

Informatsiya agentliklari garchi matbuotning alohida bir turi bo'lmasa-da, ommaviy axborot vositalarining tarkibiy qismini tashkil etadi hamda matbuot qonuniyatlari asosida ish ko'radi. Ular OAVning boshqa turlari singari ijtimoiy hayotni aks ettiradi, uni biladi, tahlil qiladi hamda hayotga ta'sir qiladi. Ya'ni, matbuot funksiyalari bo'lmish tasvir, tahlil va ta'sir etish, informatsiya agentliklarining ham asosiy vazifalari hisoblanadi. Informatsiya agentliklari faoliyatida matbuot funksiyalaridan birinchisi, ya'ni, tasvir funksiyasi ustivor bo'lib hisoblanadi, shu bilan birlikda tahlil funksiyasi ham ma'lum darajada amalga oshiriladi. Ta'sir funksiyasi esa gazeta va jurnallarga qaraganda cheklangan bo'ladi. Matbuotning bosh tamoyillari ham informatsiya agentliklari ishida asosiy qoidalik rolini bajaradi. Informatsiya agentliklari ishida ayniqsa, haqqoniylik prinsipi bosh tamoyil darajasiga ko'tariladi, chunki agentliklar tomonidan tarqatilgan har qanday xabar, har bir informatsiya avvalo haqqoniylik talabiga to'la javob berishi lozim. Aks holda informatsiya agentliklari o'z funksiyalarini bajara olmaydi. Jamoatchilik fikrini shakllantirish, an'anaviylik va yangi omillar yaratish qonuniyatlari ham informatsiya agentliklari uchun taalluqlidir. Lekin informatsiya agentliklari matbuotning alohida bir turi emasligi, o'z ko'rinishiga ega bo'lmaganligi boisidan bu qonuniyatlarning faoliyatlarida o'ziga xos bir tarzda amalga oshiriladi.

Biz bu qonuniyatlarni O'zbekiston Axborot agentligi faoliyati misolida ham ko'rishimiz mumkin. O'zA agentligi mustaqil davlat — O'zbekiston respublikasining rasmiy informatsion agentligi bo'lib, respublikamiz ommaviy axborot vositalariga ichki va tashqi informatsiya yetkazib berish manbai hisoblanadi. O'zA informatsiyalar yig'ish va tarqatishda aloqaning telegraf, telefon va boshqa vositalaridan foydalaniladi. O'zA respublikamiz matbuoti, radio vatelevideniyasini ichki va tashqi informatsiyalar bilan ta'minlashda o'z ichki muxbirlari hamda boshqa informatsiya agentliklari xizmatidan foydalanadi. Agentlikning respublikaning barcha viloyatlari hamda Qoraqalpog'iston respublikasida o'z muxbirlari bo'lib, ular agentlikni kundalik informatsiyalar bilan ta'minlab turishadi. Tashqi informatsiyalar esa boshqa chet el

informatsiya agentliklaridan maxsus bitim orqali olinadi va respublikamiz ommaviy axborot vositalariga yetkazib beriladi. O'ZA o'zining ichki informatsiyalarida mamlakatimiz hayotida yuz berayotgan ulkan o'zgarishlar, ijtimoiy-siyosiy, iqtisodiy va madaniy-ma'naviy hayotimizdagi yangiliklarni, yuz berayotgan voqealarni aks etiradi. Tashqi informatsiyalarda esa dunyoda bo'lib turgan voqealar o'z aksini topadi. Ayrim tashqi informatsiyalar O'zAning chet ellarga yuborilgan muxbirlari tomonidan tayyorlanadi. Respublikamizda faoliyat ko'rsatayotgan «Jahon» informatsiya agentligi ham mamlakatimiz ommaviy axborot vositalarini tashqi informatsiya bilan ta'minlashda muhim rol o'ynaydi. O'ZA agentligi shuningdek respublikamiz hayotida yuz bergan muhim yangiliklarni chet el informatsiya agentliklari va OAV ga yetkazib beradi.

O'ZA O'zbekiston Respublikasining rasmiy informatsiya organi sifatida mamlakatimizda bo'lib o'tayotgan muhim voqealar to'g'risida birinchi bo'lib, rasman xabar berish va sharhlash, xalqaro voqealarga doir hukumatimiz rahbar doiralarning fikrini bayon qilish, chet el matbuoti va informatsiya agentliklari xabarlarida respublikamiz hukumati olib borayotgan siyosatga nisbatan noto'g'ri, tuhmat tarzidagi xabarlarni rad etish vazifalarini ham bajaradi.

O'ZA agentligi informatsiyadan tashqari fotosuratlar olish va ommaviy axborot vositalariga yetkazish bilan ham shug'ullanadi. Agentlikda respublika informatsiya redaksiyasi, tarjima byurosi, fotoxronika redaksiyasi va boshqa xizmat bo'limlari mavjuddir.

O'zbekistonda keyingi yillarda vujudga kelgan «Jahon» va «Turkiston Press» informatsiya agentliklari mamlakatimizdagi informatsiya yig'ish va tarqatish tizimini yanada kengaytirdi. O'zbekiston Respublikasi Tashqi ishlar vazirligi tomonidan ta'sis etilgan «Jahon» axborot agentligi asosan tashqi informatsiya olish uchun mo'ljallangan. Mazkur agentlik dunyoning turli mamlakatlari bilan hamkorlik qilish, chet el informatsiya agentliklari va ommaviy axborot vositalari bilan o'zaro informatsiya ayriboshlash, chet ellarga maxsus muxbirlar yuborish yo'li bilan informatsiyalar yig'ish va respublikamiz ommaviy

axborot vositalarini ta'minlash vazifasini bajarmoqda. Mustaqil respublikamizning boshqa chet el mamlakatlari bilan ijtimoiy-siyosiy, iqtisodiy va madaniy-ma'naviy hamkorligi, mamlakatimizning xalqaro hamjamiyatlardagi faol ishtiroki, O'zbekiston davlat rahbarining chet el mamlakatlariga safarlari, chet eida ta'lim olayotgan yoshlarimizning hayoti, o'qishlari, chet el mamlakatlari hayotida yuz berayotgan voqealar va yangiliklar «Jahon» axborot agentligi informatsiyalarining asosiy mavzusini tashkil etadi.

Respublikamizda tashkil etilgan mustaqil informatsion agentlik — «Turkiston Press» esa mamlakatimizda yuz berayotgan muhim yangiliklarni chet el informatsiya agentliklari va ommaviy axborot vositalariga yetkazib berish uchun xizmat qiladi. O'zbekiston Prezidenti I.A. Karimovning «Turkiston Press» axborot agentligi muxbiri bilan qilgan «Olloh qalbimizda va yuragimizda» deb nomlangan suhbatini O'zbekiston ommaviy axborot vositalarida e'lon qilindi va jahon afkor ommasiga yetkazildi. Toshkentda 1999—yil 16—fevralda ro'y bergan voqealarning mohiyati, mamlakatimizda vijdon erkinligi huquqining amalga oshirilishi, islom diniga keng yo'l ochilganligi hamda respublikamizning mintaq va dunyoda tinchlik, barqarorlikni saqlash yo'lida olib borilayotgay izchil tinchliksevar siyosati mazkur suhbatda o'z ifodasini topdi.

Respublikamiz informatsiya agentliklari ommaviy axborot vositalarining tarkibiy qismi sifatida tobora muhim ahamiyat kasb etib bormoqda. Informatsiya agentliklarida ishlash axborot vositalarining boshqa turlaridan ma'lum darajada farq qilib, jurnalistdan chuqur bilim, yuqori darajadagi kasbiy malaka, tezkorlikni talab qiladi.

KITOB VA KITOB NASHRIYOTLARI MATBUOT TASNIFIDA

Matbuot tasnifida kitob va u nashr etiladigan kitob nashriyotlari ham alohida o`rin egallaydi. Kitob garchi vaqtli matbuot turi bo`lmasa-da, umuman matbuot — bosma mahsulot ko`rinishi sifatida ommaviy axborot vositalari tasnifiga taalluqlidir. Ya`ni, u so`zni bosma usul bilan ko`paytirish mahsuli sifatida matbuot tasnifiga kiradi va o`ziga xos, alohida o`rin tutadi.

Kitob nima? Kitob so`zi, arabcha bo`lib, «yozilgan narsa», «yozma mahsulot» degan ma`noni bildiradi. Kitob — jamiyatning ijtimoiy-siyosiy, iqtisodiy-ishlab chiqarish, madaniy-ma`naviy hayoti, insonlarning dunyo haqidagi qarashlari, real voqelikni bilish borasidagi tajribalari, bilimlari, his-tuyg`ularini o`zida aks ettiruvchi matbuot turidir. Kitob — insoniyatning buyuk kashfiyoti, uning aql-tafakkur rivojining bebaho mevasi, bilim manbai, kishilik jamiyati madaniyatining bemiyl tarkibiy qismi, uni yanada taraqqiy ettiruvchi tengi yo`q vositadir. Inson o`z aqlini tanibdiki, ko`rgan-bilganlari, boshdan kechirganlari, tajriba va izlanishlari, dunyodan olgan hayrat va mushohadalari, orzu-umidlari, ichki kechinmalari, quvonch va shodligi, dard-alamlarini yozuv orqali bayon qiladi, kitob holida ko`paytiradi va barcha insonlarga, avlodlardan avlodlarga yetkazadi. Inson kitob orqali olamni biladi, tadqiq qiladi va unga o`z ta`sirini o`tkazadi. Kitob inson uchun bitmas-tuganmas ma`naviy ozuqadir. «Insoniyatning butun hayoti sekin— asta kitobga ko`chdi, — deb yozgan edi rus mutafakkiri A.I.Gersen.- kishilar, qabilalar, davlatlar yo`q bo`lib ketdi, ammo kitob qolaverdi. Kitob insoniyat bilan birga o`sdi, unda aqllarni hayratda qoldirgan barcha ta`limotlar, qalblarni larzaga solgan barcha ehtiroslar kristallashdi».

Kitob paydo bo`libdiki, insoniyatga xizmat qilgan, unga dunyoni tushuntirgan, bilim bergan, kasb-hunar o`rgatgan, ma`naviyatini oshirgan. Olimlarning kashf va ixtirolari, shoir va adiblarning badiiy asarlari, daholarning ta`limotlari insonlarga kitob holida etib kelgan. Binobarin, kitoblar har doim ilm-fan, madaniyat va ma`naviyat yo`lida, umuminsoniy maqsadlar uchun

xizmat qilgan. Shu boisdan ham kitoblarning aksariyati umuminsoniy, umumbashariy xususiyatga egadir. Bizga tarixdan meros bo'lib qolgan juda ko'p ilmiy, badiiy, tarixiy, kasbiy kitoblar bunga misol bo'la oladi. Shu bilan birlikda, ayrim kitoblar muayyan mafkuraga, ayrim shaxslar, tabaqalar, va sinflarning manfaatlariga xizmat qiladi. Masalan, feodal hukmronlar davrida ularning faoliyati madh etib yozilgan, ayrim diniy va boshqa ta'limotlar bayon etilgan kitoblar shular jumlasidandir. Tarixdagi turli shaxslar, tabaqalar, sinflar kitobga turlicha munosabatda bo'lganlar. Jaholatga berilgan ayrim feodal hukmronlar kitobga salbiy tarzda qarab, o'z manfaatlariga zid deb topilgan kitoblarni yondirganlar, yo'q qilganlar. Keyinchalik hukmronlikni o'z qo'liga olgan burjuaziya sinfi kitob nashr etishga katta ahamiyat berdi, chunki bu ish unga ham iqtisodiy, ham siyosiy foyda keltirdi. Ishchilar sinfi va uning partiyasi bo'lmish kommunistik partiya kitobdan o'z ta'limoti, siyosatini ommaga yetkazish vositasi sifatida keng foydalandi. Faqat demokratik jamiyatdagina kitob haqiqiy umuminsoniy ahamiyat kasb etadi. Mustaqil O'zbekistonda nashr etilayotgan kitoblar ana shunday xususiyatlariga egadir.

Kitobning matbuot tasnifidagi o'rni o'ziga xos bo'lib, unda vaqtli matbuotning barcha xususiyatlari mavjudligini ko'rish mumkin. Kitob ham xuddi gazeta va jurnal singari bosiladi va u tashqi ko'rinishidan ko'proq jurnalni eslatadi. Kitob ham matbuotning boshqa turlari kabi ijtimoiy hayotni o'zida aks ettiradi, uni biladi, tadqiq qiladi va borliqqa qaytadan ta'sir ko'rsatadi. Ya'ni, matbuot funksiyalari kitobda ham o'z ifodasini topadi, u ham hayot voqealarini tasvirlaydi, tahlil qiladi va unga ta'sir ko'rsatadi. Matbuot tamoyillari ham kitob uchun taalluqlidir. Kitob ham umuminsoniylik, xalqchilik, milliylik, xaqqoniylik qonuniyatlariga bo'ysunadi.

An'anaviylik va yangi omillar yaratish, jamoatchilik fikrini shakllantirish ham kitob va u tayyorlanadigan nashriyotlar faoliyati uchun taalluqlidir. Bu hollar kitobning matbuot tasnifida o'ziga xos o'rin tutishini ko'rsatib turibdi. Ammo, kitobni bevosita vaqtli matbuot turi deb bo'lmaydi, uning ijtimoiy vazifasi kengroqdir.

Boshqacha qilib aytganda, insonning vaqtli matbuotga sig`may qolgan barcha keng va chuqur qiziqish va manfaatlari kitobda o`z aksini topadi.

Kitob tarixi insoniyat tarixi bilan, kishilarning aloqa vositasi bo`lgan tilga va uning shakliy ifodasi bo`lgan yozuvga ega bo`lishi bilan bog`liqdir. Insonlar dastlab yerga, toshlarga yozganlar, mashhur Urxun—Yenisey bitiklari, Eron shohi Doroning Behustun tog`iga o`ydirgan yozuvi va boshqa ko`pgina tarixiy osori — atiqalar shular jumlasidandir. Keyinchalik sopolga, idishlarga yozilgan yozuvlar ham topildi. Bu bitiklarni kitoblarning dastlabki, ibtidoiy ko`rinishlari deyish mumkin. Keyinchalik hayvonlar terisiga bitilgan dastlabki kitoblar paydo bo`ldi. Jumladan, eramizdan oldingi VII —VI asrlarda vujudga kelgan Zardo`shtiylik dinining muqaddas kitobi bo`lmish «Avesta» 200 kiyik terisiga yozilgan edi. Hindistonda ham qadim-qadimdan «Veda» deb nomlangan qo`lyozma kitoblar mavjud bo`lgan. Eramizning YII-YIII asrlariga kelib qog`oz ixtiro qilindi va qo`lyozma kitoblar vujudga keldi. Qo`lyozma kitobchilik uzoq vaqt — o`n asrlar mobaynida davom etdi. O`rta asrning buyuk allomalari Abu Nasr Farobiy, Ahmad Farg`oniy, Muhammad al-Xorazmiy, Abu Rayhon Beruniy, Abu Ali Ibn Sino, tilshunos olim Mahmud Qoshg`ariy, ma`rifatgo`y shoirlar Yusuf Xos Hojib, Ahmad Yugnakiy, buyuk mutafakkir shoir Alisher Navoiy, Bobur va boshqa ulug` ajdodlarimizning o`lmas asarlari qo`lyozma holda bizgacha etib keldi.

XY asrning birinchi yarmida Yevropada — Germaniyada Iogan Gutenberg kitobni bosma tarzda ko`paytirish usulini ishlab chiqdi. Bu usul bo`yicha 1445—yilda dastlabki taqvimlar, varaqalar, 1452—yilda esa «Injil» kitobi nashr etildi. 1455—yilda I.Gutenberg «Turklarga qarshi — nasroniy din vakillarini chorlash» degan kitobni nashr etadi. Unda nasroniy dindagi kishilarni salb yurishiga chorlanadi. Bu esa dastlabki kitoblarning ham siyosiy vosita sifatida xizmat qilganligini ko`rsatib turibdi. 1475—yilda ingliz tilida birinchi kitob nashr etildi. Bu — «Troya tarixiga oid hikoyalar to`plami» edi. I.Gutenbergning ixtirosi Yevropa bo`ylab keng tarqala boshladi. Rossiyadagi birinchi bosma kitob rus

matbaachisi Ivan Fyodorov tomonidan 1564–yilda nashr etilgan «Апоcтол» kitobi edi. 1846–yilda Maynts shaprida arab harflarida birinchi kitob — «Ilohiy shahar Ierusalimning muqaddas joylariga haj qilish» degan kitob nashr etildi¹⁶.

Bizning o'lkamizda birinchi bosma kitoblar XIX asrning ikkinchi yarmida paydo bo'ldi. O'lkamizda birinchi bosmaxona 1867–yilning 14 iyunidan ish boshladi. Birinchi nashr etilgan bosma kitob esa 1868–yilda dunyo yuzini ko'rgan «Заметки о горной стране у вершин Чу и Нарына и о путях через нее в (бывшей) Китайский Туркестан» deb atalib u rus geograf olimi va sayyohi N.A. Severshev qalamiga mansub edi. Turkiston general — gubernatorligining harbiy okrugi shtabi huzurida ochilgan bosmaxonada bosilgan o'zbek tilidagi birinchi kitob — 1871–yili Sh. Ibrohimov tomonidan tayyorlangan o'zbekcha «Solnoma» taqvimi edi. Xuddi shu davrdan boshlab, Turkistonda tosh bosma — litografiya usuli bilan o'zbek (arab-fors) tillarida kitoblar nashr etila boshlandi. Ana shunday ilk bosilgan kitoblardan biri 1882–yilda nashr etilgan «Xulosai fihi Kaydoniy» kitobi edi. 1883–yilda Toshkentda Semen Laxtin bosmaxonasida So'fi Olloyorning «Kitobi sabot—ul — ojizin» kitobi, 1884–yili esa, shu bosmaxonada Alisher Navoiyning «Devon»i nashr etiladi. Xuddi shu yillari qo'qonlik Azim hoji Marg'iloniy Hindistonning Bombay shahridan bosma harflar olib kelib, o'zbek tilida kitoblar nashr eta boshlaydi. U jumladan, Fariddin Attorning «Mantiq-ut-tayr», «Tabirnomai Xorun ar-Rashid» va boshqa kitoblarni nashr etdi. 1874–yilda Xiva xoni Muhammad Rahimxon Feruz ham toshbosma bosmaxona tashkil etadi. Keyinchalik bu xildagi bosmaxonalar ko'payadi, Toshkentda tashkil topgan shunday bosmaxonalardan biri — G'ulom Hasan Orifjonovning «G'ulomiya» deb ataluvchi bosmaxonasida 1908–yilda buyuk fors shoiri Abulqosim Firdavsiyning «Shohnoma»si nashr etiladi. Mazkur bosmaxonada Alisher Navoiyning «Devon»i, Fuzuliyning «G'azaliyot»i, shoir Muqimiyning «Bayoz»i bosilib chiqadi.

¹⁶ Prof F A Mo'minovning «Jurnalistika ijtimoiy institut sifatida» (Toshkent, «Universitet» nashriyoti, 1998) kitobida bu haqda keng ma'lumot berilgan (35-40-betlar)

Shuningdek, bu bosmaxonada «Qur'oni karim», «Haftiyak» va boshqa muhim diniy kitoblar ham chop etilgan. Namanganning To'raqo'rg'on shahrida Ishoqhon to'ra Ibrat ham o'zining «Ishoqiya» bosmaxonasini yo'lga qo'ygan edi.

Toshbosma kitoblar bir necha ming nusxada bosilishi mumkinligi, qo'lyozmalarga qaraganda tiniq, o'qish uchun oson shaklga ega bo'lishi bilan ko'pchilikka manzur bo'ldi, turli mavzularda asarlar, dastlabki darsliklar nashr etildi. Bu bosmaxonalarda bosilgan kitoblarni turli bezaklar bilan bezash, yaxshi muqovalash, ichki muqova va boshqa zarur jihatlar berish mumkin edi. Shu boisdan ham toshbosma kitoblar qisqa davr ichida keng ommalashib ketdi. Bu kitoblarning mavzulari rang-baranglashdi, rus va boshqa tillardan tarjima etilgan kitoblar ham paydo bo'ldi. 1887—yilda atoqli rus yozuvchisi L.N.Tolstoyning «Odamlar nima bilan tirik» kitobi o'zbek tiliga tarjima etilib nashr qilindi.

1917—yil oktyabr o'zgarishidan so'ng Turkistondagi barcha nashriyot va bosmaxonalar musodara etildi va kitob nashr etish ishlari hukumat (ya'ni kommunistik partiya) qo'lga o'tdi. Sovet tuzumi davrida kitob nashr etish son jihatidan o'sgan bo'lsa-da, nashriyotchilik ishida g'oyaviy yakka hokimlik tartibi joriy etilishi natijasida kitoblarning mazmuniy bir yoqlamaligi, sinfiy-siyosiy cheklanganligiga olib keldi. Kommunistik g'oyaga mos kelmaydigan barcha diniy, tarixiy, ilmiy va badiiy kitoblar, umuman nashr etilmadi, bosilgan ayrim bu xildagi kitoblar esa, kommunistik mafkura «chig'irig'i»dan o'tkazilgandagina dunyo yuzini ko'rdi.

O'zbekiston o'zining milliy mustaqilligiga erishgach boshqa barcha ijtimoiy-siyosiy, madaniy-ma'naviy sohalar qatorida kitob nashr etish ishida katta o'zgarishlar amalga oshirildi. Bu jihatdan O'zbekiston respublikasi Oliy Majlisi 1996—yil 30—avgustda qabul qilingan «Noshirlik faoliyati to'g'risida»gi qonunlar hamda O'zbekiston Respublikasi Vazirlar mahkamasining 1998—yil 2—fevralda qabul qilgan «O'zbekiston respublikasida matbaa faoliyatini tartibga solish to'g'risida»gi qarori muhim ahamiyatga

ega bo'ldi. Bu muhim hujjatlar mamlakatimizda noshirlik va matbaachilik ishlarini yo'lga qo'yishda dasturilamal bo'lib xizmat qilmoqda. Istiqloq tufayli eski markazlashgan buyruqbozlik tizimiga barham berilishi, kommunistik mafkuraviy yakka hokimlikning tugatilishi respublikamizda nashr etilayotgan kitoblarning mazmun va sifatiga ham katta ta'sir ko'rsatdi va bizda umuminsoniylik, xalqchilik, ilmiy xolislik va haqqoniylik talablariga to'la javob beradigan, halqimiz suygan, ardoqlagan kitoblarning ko'plab nashr etilishiga yo'l ochib berildi. Ulug' ajdodlarimiz bo'lgan allomalar, mutafakkir shoir va adiblarning asarlari, o'tmishimizga oid va zamonaviy tarixiy — ilmiy ahamiyatga ega bo'lgan kitoblar ko'plab nashr etila boshlandi. Davlat nashriyotlari bilan bir qatorda xususiy nashriyotlarning ham faoliyat ko'rsatilishiga yo'l ochilishi natijasida kitob nashr etish ham son, ham sifat jihatidan o'sdi.

Respublikamizda kitob nashriyotlarining keng tarmog'i mavjuddir. Bizda nashriyot va matbaachilik ishlariga O'zbekiston Matbuot davlat agentligi rahbarlik qiladi.

Butun dunyoda joriy etilgan tizimga asosan, respublikamizda ham kitob nashriyotlari uch turga bo'linadi.

1. Universal nashriyotlar. Bu tipdagi nashriyotlarda ijtimoiy hayotning turli sohalariga oid kitoblar chiqariladi. Turli ijtimoiy-siyosiy, adabiy-badiiy kitoblar nashr etayotgan «Sharq» matbaa-nashriyot konserni bunga yaqqol misol bo'la oladi. Shuningdek, Qoraqalpog'iston davlat nashriyoti hamda ayrim xususiy nashriyotlar ham universal xususiyatga egadir.

2. Ixtisoslashtirilgan nashriyotlar. Bu turdagi nashriyotlar ijtimoiy, madaniy-ma'naviy hayotning muhim bir sohasiga bag'ishlangan kitoblarni nashr etadi. Bunga misol qilib, turli ijtimoiy-siyosiy sohadagi kitoblar nashr etiladigan «O'zbekiston», adabiy-badiiy asarlar nashr etishga mo'ljallangan G'afur G'ulom nomidagi badiiy adabiyot va san'at nashriyoti, darsliklar va ta'lim-tarbiyaga doir asarlar bosiladigan «O'qituvchi», ilmiy asarlar nashr etishga qaratilgan «Fan», turli ijtimoiy mavzulardagi kitoblar chop etiladigan «Mehnat», ma'naviy xususiyatga ega bo'lgan asarlar uchun tuzilgan «Ma'naviyat», bolalar va yoshlar uchun asarlar

bosiladigan «Cho'lpon» va boshqa nashriyotlarni ko'rsatish mumkin.

3. Tarmoq nashriyotlari. Bu turdagi nashriyotlarga biror tarmoq sohasiga doir kitoblar nashr etuvchi nashriyotlar kiradi. Respublikamizda faoliyat ko'rsatib kelayotgan Abu Ali Ibn Sino nomidagi tibbiyot davlat nashriyoti ana shunday nashriyotlar turiga kiradi.

Nashriyotlar, shuningdek, markaziy va mahalliy viloyat va ayrim muassasa nashriyotlari ham bo'lishi mumkin. Masalan, Qashqadaryo viloyatida faoliyat ko'rsatayotgan «Nasaf» va Toshkent davlat universitetiga qarashli «Universitet» nashriyoti va boshqalar.

Nashriyotlarning ichki tuzilishi gazeta va jurnallar muharririyatiga o'xshab ketadi. Nashriyot ishlarini uning direktori boshqaradi, bosh muharrir va uning o'rinbosarlari esa nashr etilayotgan kitobning mazmuniy yo'nalishi va sifati uchun mas'ul hisoblanadilar. Nashriyotlarda ma'lum sohalar bo'yicha muharririyatlar va ishlab chiqarish, ta'minot bo'limlari mavjud bo'ladi.

Kitob nashriyotlarining ishi ma'lum reja asosida tashkil etiladi. Har bir nashriyot o'z faoliyatida uch xil reja:

1. Yaqin yillar rejasi;
2. Tahrir rejasi;

3. Nashr rejasi bilan ish ko'radi. Bozor iqtisodiyotiga asoslangan hozirgi davrda nashriyotlarning iqtisodiy — ta'minot, o'z-o'zini qoplash masalalari muhim ahamiyatga egadir. Hozirgi davrda nashriyotlarda kitoblar davlat — byudjet yo'li, nashriyotlarning xo'jalik hisobi asosidagi mablag'i va homiylik asosida to'langan mablag'lar asosida nashr etilishi mumkin. Nashr etilgan kitoblarni sotish, reklama qilish ham muhim ahamiyat kasb etadi. Respublikamizda kitob nashriyotlari ishlari tobora rivojlanib, jahon andozalari darajasiga o'sib bormoqda.

Kitob nashriyotlarida ishlash, garchi, gazeta va jurnallar muharririyatlarida ishlashga o'xshab ketsa-da, jurnalist (muharrir)dan har taraflama chuqur bilim, malaka, uslubiy tahrir ustaligini talab qiladi.

INTERNET-OMMAVIY AXBOROT VOSITALARINING YANGI TURI SIFATIDA

Ma'lumki, matbuot — ijtimoiy informatsiya yig'ish va tarqatishning asosiy vositasi sifatida insoniyatning madaniy taraqqiyotga ega bo'lgan hayotida doimo muhim o'rin tutib keladi. Shu boisdan u insoniyat bilan birlikda rivojlanib, taraqqiy etib boraveradi. Bu ommaviy axborot vositalarining turli-turli yangi ko'rinishlari vujudga kelishida ham o'z ifodasini topadi.

Insoniyat aql-tafakkurining yanada o'sishi, fan va texnikaning rivojlanishi bilan XXI asrga kelib ommaviy axborot vositalari tasnifiga yana bir tur, uning yana bir ko'rinishi kelib qo'shildi va u internet deb ataldi. (Inglizcha Internet-tarmoqlar aro degan mazmunni beradi). Bu - insoniyatning yana bir mo'jizaviy kashfiyoti elektron yozuv va hisoblash mashinalari-kompyuterlarning xalqaro tarmog'idir. XX asrning oxirlariga kelib elektron texnologiyalar asosida matn yozish va hisoblash uchun ixtiro qilingan maxsus qurilmalar keyinchalik aloqa vositasi sifatida ham ishlatila boshlandi. Tarmoqqa ulangan har bir kompyuter dunyoning istalgan nuqtasidagi boshqa kompyuterga ulanishi mumkin bo'ldi. Natijada xalqaro internet tarmoqlari vujudga keldi. Bu sistema dastlab o'tgan asrning 70-yillarida AQSHda harbiy maqsadlar uchun, ya'ni mamlakat Mudofaa vazirligining xalqaro aloqa va boshqaruv tasnifi sifatida ishga tushirildi. Vaqt o'tishi bilan undan boshqa ilmiy tashkilotlar ham keng foydalana boshladilar va bu tarmoq ilmiy informatsiya almashish funksiyasini ham bajara boshladi. Sekin-asta bu tarmoqdan xususiy kompyuterlar egalari ham foydalana boshladilar, shu zaylda kompyuterlashtirilgan barcha mamlakatlar va o'z kompyuteriga ega bo'lgan barcha shaxslar o'rtasida o'zaro informatsiya almashinuv mumkin bo'ldi. Binobarin, kompyuterlar yordamida boshqa (shaxsiy, ilmiy) informatsiyalar qatorida ijtimoiy informatsiyalar tarqatish imkoniyati tuzildi va bu esa Internet tarmog'ini (va kompter asboblari) ommaviy axborot vositalarining bir turi bo'lishiga olib keldi.

Internet – ommaviy axborot vositalarining alohida, o'ziga xos bir turidir. Unda ijtimoiy informatsiyaning barcha turlari – siyosiy, iqtisodiy, ilmiy, madaniy-ma'naviy, sport va boshqa turlari bir vaqtning o'zida o'rin olishi va har bir ko'ruvchi, o'quvchi (ya'ni kompyuterdan foydalanuvchi shaxs) o'ziga kerakli informatsiyani izlab topib, undan bahramand bo'lishi mumkin. Bu internet informatsiya hajmining nihoyatda keng, behudud ekanligidan dalolat beradi. Shu bilan birlikda, internet informatsiyalari elektron tarmoq orqali tezlik bilan tarqala olishi jihatidan uning nihoyatda tezkor, hozirjavob bo'lishini ham ta'minlaydi. Bu yakka shaxs-insonning butun dunyo bilan bevosita bog'lanishi, uni dunyo voqealaridan, ilm-fan, adabiyot-san'at, sport va boshqa sohalar yangiliklaridan to'la xabardor bo'lishiga xizmat qiladi. Internetda yangiliklar ijtimoiy hayot, ilm-fan, adabiyot-san'at, sport va boshqa sohalaridagi informatsiyalar maxsus saytlar (bo'limlar, qismlar) orqali joylashtiriladi va ular ma'lum ichki tuzilishiga ega bo'ladi. Internetdagi informatsiyalar asosan elektron yozuvmatn, fotosuratlar, turli chizma shakllar va ayrim hollarda ovoz-muzika asari sifatida namoyon bo'ladi, ammo unda matn asosiy o'rin tutadi.

Shunday qilib, Internet – ommaviy axborot vositalarining alohida, elektron texnikaga asoslangan bir turi bo'lib, u turli mavzulardagi informatsiyalarni yig'ish va ularni kompyuterlar tarmog'i orqali tarqatish bilan ish ko'radi. Garchi uni bevosita matbuot – ya'ni bosma so'z vositasi deb bo'lmasa-da, u ommaviy axborot vositasi sifatida matbuot qonunlariga asoslanib ish ko'radi.

Internetning paydo bo'lishida ham kishilarning informatsiyaga, o'zaro muloqatga bo'lgan doimiy ehtiyoji asos bo'lib xizmat qiladi va shu bilan birlikda uning bevosita kelib chiqishiga ijtimoiy, iqtisodiy va ma'naviy sabablar bevosita turtki bo'lgan.

Internet ham boshqa ommaviy axborot vositalari singari ijtimoiy hayotni aks ettiradi, uni biladi, tadqiq qiladi va unga qaytadan ta'sir ko'rsatadi. Binobarin, internet ham matbuot funksiyalarini bajaradi, ya'ni u avvalo hayotni tasvirlaydi, xabar beradi, tahlil qiladi va shu bilan birlikda unga qaytadan ta'sir ko'rsatadi. Internet gazeta, jurnal, radio, televideniya dan hayotni yoritishdagi

serko'lamligi, serqamrovligi, tezkorligi bilan ajralib turadi. U informatsiya agentliklariga o'xshab ketsa-da, bevosita o'z ko'rinishiga egaligi bilan (kompyuter shaklida) yuqori turadi. Informatsiya agentliklari esa o'z informatsiyalarini tarqatishda internetdan foydalanishi mumkin. Faqat kompyuter uskunalarining hali nisbatan qimmatligi va hamma ham undan bema'lol foydalanish imkoniyatiga ega emasligi jihatdan internet hozircha gazeta, jurnal, radio, televideniya dan biroz orqaroqda bo'lishiga olib keladi.

Matbuotning bosh prinsiplari internet faoliyati uchun ham muhim ahamiyatga egadir. Internet — insoniyatning informatsiya tarqatish borasidagi buyuk kashfiyotlaridan biri ekan, u ham birinchi navbatda insoniyatga xizmat qilmog'i, unga zarur, foydali informatsiyalarni yetkazib bermog'i shart. Internetning insoniyatga juda katta ko'lamda informatsiya yetkazib berishida umuminsoniylik prinsipi asosiy mezon bo'lmog'i kerak. Hozirgi zamon interneti o'z faoliyatida bu talabga asosan rioya qilib kelmoqda. Shu bilan birlikda, unda ayrim bir yoqlama, oldi-qochdi, yolg'on—yashiq xabarlar, behayo matn va suratlar ham berilishi matbuotning ushbu prinsipiga ziddir, bu uning insoniyatga keng ko'lamda, zarur informatsiyalar yetkazib berishdek mas'uliyatli funksiyasini bajarishda monelik qiladi. Shuningdek, matbuotning xalqchilik, milliylik prinsiplari ham internet faoliyati uchun taalluqli hisoblanadi. Internet xalqaroglobal xarakterga ega bo'lganligi uchun mazkur prinsiplar uning faoliyatida o'ziga xos ko'rinish kasb etadi.

Internet faoliyati uchun zarur bo'lgan eng muhim prinsiplardan biri — haqqoniylikdir. Butun dunyoga, butun dunyo voqealari, insoniyat hayoti haqida yangiliklar, informatsiya va boshqa ma'lumotlar yetkazib beruvchi bu ommaviy axborot vositasi faqat haqqoniy, tekshirilgan, to'g'ri informatsiyalar, ma'lumotlar yetkazishi shart. Aks holda u o'z funksiyasini bajara olmay qoladi, inqirozga uchraydi.

Internet yuqoridagi matbuot prinsiplariga to'la amal qilgandagina u ommaviy bo'ladi, ko'pchilikka manzur keladi. Dunyoda internetdan foydalanuvchilarning soni tobora oshib

borayotganligi uning yanada ommalashayotganligidan dalolat beradi.

Internet asosan dunyo miqyosida ish ko'rishni nuqtayi nazaridan unda partiyaviylik prinsipi keng o'rin olmaydi. Ayrim partiyalar, sinflar internet orqali o'z qarashlari, g'oyalarini bayon etishlari mumkin. Ammo internet tarmog'ining biror sinf, partiya, tuzum qarashlariga xizmat etishi uning tabiatiga butunlay ziddir. Shu boisdan ayrim partiyalar, hukumatlar tomonidan internetni o'z manfaatlari yo'lida xizmat ettirishga urinish uning faoliyatiga faqat zarar keltirishi mumkin. Partiyalar, sinflar internet orqali o'z fikr va qarashlarini bayon etishlari, insoniyatga bildirishlari mumkin.

An'anaviylik va yangi omillar qonuniyati ham internet faoliyati uchun taalluqlidir. Insoniyat ijtimoiy-ma'naviy hayotida yangi voqea bo'lgan internet qo'llagan eng yaxshi, ijodiy omillar, ish usullari zamon sinovlaridan o'tgach kelgusi davrlar uchun an'ana bo'lib qolishi mumkin.

Barcha matbuot nashrlari, ommaviy axborot vositalari uchun bo'lganidek internet faoliyatida ham jamoatchilik fikri muhim o'rin tutadi. Internet doimiy ravishda jamoatchilik fikriga eng yangi, serko'lam, serqirra informatsiyalar va turli ma'lumotlar yetkazib beruvchi ommaviy axborot vositasi hisoblanadi.

Internet boshqa ommaviy axborot vositalari kabi o'z faoliyatida publitsistikadan keng foydalanadi. Unda publitsistikaning informatsion, tahliliy va ayrim hollarda badiiy publitsistika janrlari qo'llaniladi. Internetda informatsiya janri turli ko'rinishlarda keng o'rin oladi. Chunki u insoniyatga birinchi navbatda olam va odam haqidagi shu kunga oid eng zarur xabarlarini yetkazib beradi. Shu bilan birlikda unda korrespondentsiya (kengaytirilgan xabar), hisobot, suhbat (intervyu), maqola kabi janrlar doimiy qo'llaniladi. Yuqorida aytilganidek ayrim hollarda lavha, esse, ocherk, felyeton va badiiy publitsistikaning boshqa janrlari ham undan o'rin olishi mumkin.

Dunyodagi barcha rivojlangan mamlakatlar qatori mustaqil respublikamizda ham internet tarmog'idan keng foydalanilmoqda. U Ozbekiston matbuotining tarkibiy qisniga aylanib bormoqda va undan foydalanuvchilar soni tabora jshib bormoqda. Ommaviy

axborot vositalarininig bu, o'ziga xos ko'rinishining kelajagi porloqdir.¹⁷

¹⁷ Internetning ommaviy axborot vositasi sifatida shakllanishi va undagi janr xususiyatlari haqida D.Q Rashidovaning "Особенности формирования интернетской журналистики и специфика интернет в качестве глобального СМИ" deb nomlangan nomzodlik dissertatsiyasida (Toshkent, 2002) ancha batafsil ma'lumotlar keltirilgan.

ADABIYOTLAR

1. O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi. Toshkent, «O'zbekiston», 1992.
2. Jurnalistik faoliyatni himoya qilish to'g'risida. O'zR Qonuni. To'rtinchi hokimiyat. O'zbekiston Respublikasining qonunlari, qarorlari va boshqa hujjatlari to'plami. Toshkent, «O'zbekiston», 1998, 51-bet.
3. Axborot olish kafolatlari va erkinligi to'g'risida. O'zR Qonuni. To'rtinchi hokimiyat. O'zbekiston Respublikasining qonunlari, qarorlari va boshqa hujjatlari to'plami. Toshkent, «O'zbekiston», 1998, 58-bet.
4. Ommaviy axborot vositalari to'g'risida. O'zR Qonuni. To'rtinchi hokimiyat. O'zbekiston Respublikasining qonunlari, qarorlari va boshqa hujjatlari to'plami. Toshkent, «O'zbekiston», 1998, 63-bet.
5. Noshirlik faoliyati to'g'risida. O'zR qonuni. To'rtinchi hokimiyat. O'zbekiston Respublikasining qonunlari, qarorlari va boshqa hujjatlari to'plami. Toshkent, «O'zbekiston», 1998, 8—12 betlar.
6. Mualliflik huquqi va turdosh huquqlar to'g'risida. O'zR qonuni. To'rtinchi hokimiyat. O'zbekiston Respublikasining qonunlari, qarorlari va boshqa hujjatlari to'plami. Toshkent, «O'zbekiston», 1998. 20 — 49 betlar.
7. I.A. Karimov. O'zbekiston kelajagi buyuk davlat. Toshkent, «O'zbekiston», 1992.
8. I.A. Karimov. Buyuk kelajak sari. Toshkent, «O'zbekiston», 1999.
9. Прохоров Е.П. Введение в теории журналистики. Учебник. М.1995.
10. Ворошилов В.В. Журналистика Учебник. С—Пб. 1999.
11. Q.T.Ernazarov, Yo.M.Mamatova, I.E.Toshaliyev, Sh.Q.Ernazarov. Reportyorlik faoliyatining nazariyasi va amaliyoti. Toshkent, 2002.

12 F.A.Mo`minov. Jurnalistika ijtimoiy institut sifatida.
Toshkent, "Universitet", 1998.

M U N D A R I J A

OMMAVIY AXBOROT VOSITALARI NAZARIYASI

Kirish.....	3
Informatsiya va matbuot.....	6
Matbuot paydo bo'lishining ijtimoiy-siyosiy sabablari.....	9
Matbuot ijtimoiy ong ko'rinishi sifatida.....	12
Matbuotning tarixiy ko'rinishlari.....	17
Matbuot erkinligi va uning mohiyati.....	21
Matbuotning asosiy funksiyalari.....	26
Matbuotning bosh prinsiplari.....	36
Matbuotda an'anaviylik va yangi omillar.....	44
Matbuot va jamoatchilik fikri.....	48
Jurnalistning mas'uliyati.....	53

OMMAVIY AXBOROT VOSITALARI TIPOLOGIYASI

Kirish.....	59
Ommaviy axborot vositalarining vujudga kelish asoslari.....	60
Gazeta— ommaviy axborot vositalarining asosiy turi sifatida.....	69
Jurnal—matbuotning asosiy turlaridan biri sifatida.....	78
Radio — ommaviy axborot vositalaridan biri sifatida.....	89
Televideniya — ommaviy axborot vositalarining o'ziga xos turi sifatida.....	96
Informatsiya agentliklarining ommaviy axborot vositalari tasnifidagi o'rni.....	102
Kitob va kitob nashriyotlari matbuot tasnifida.....	108
Internet — ommaviy axborot vositalarining yangi turi sifatida.....	115
Adabiyotlar.....	120

Босишга рухсат этилди 20.06.2005. Ҳажми 7,75 босма табақ.
Бичими 60x84 1/16. Адади 100 нусха. Буюртма 270.
М.Улугбек номидаги Ўзбекистон Миллий Университети
босмахонасида чоп этилди.