

Ахборот трансформацияси шароитида босма таҳлилий контент тузилишидаги ўзгаришлар

Хусан Эрматов,
ЎзЖОКУ эркин тадқиқотчиси
E-mail: hte1212@yandex.uz
ORCID:0009-0001-7202-9772

Аннотация. Ахборот трансформацияси шароитида ахборот узатиш усуллари, янги тенденциялар ҳамда медиадаги янги трендларнинг матбуот контентига таъсир ўтказди. Мақолада айнан шу усуллар ва жараёнлар натижасида таҳлилий контент тузилишида рўй берган ўзгаришлар татқиқ этилган. Ахборот трансформацияси жараёни босма таҳлилий контент тузилишига жиддий таъсир ўтказмоқда. Замонавий рақамли муҳит анъанавий нашрлар ва таҳлилий мақолалар шаклини, услубини ва таркибий элементларини ўзгартириб, уларни аудитория эҳтиёжларига мослаштиришга мажбур қилмоқда. Ушбу мақолада таҳлилий контентнинг мукаммаллашуви, маълумотни тақдим этишининг янги усуллари, инфографика ва мультимедиа элементларининг интеграцияси ҳамда тезкор ва чуқур таҳлил ўртасидаги мувозанатни таъминлаш масалалари таҳлил қилинади. Шунингдек, босма таҳлилий контентнинг рақамли платформалар билан уйғунлашуви ва унинг келажаги ҳақида фикр юритилади.

Калит сўзлар: Трансформация, ахборот узатиш усуллари, тренд, тенденция, контент тузилиши, формат, жанр.

Изменения в области знаний информационного мира и их последствия

Хусан Ирматов,
исследователь в UzJOKU
Электронная почта: hte1212@yandex.uz
ORCID:0009-0001-7202-9772

Аннотация. В условиях информационной трансформации новые тенденции в способах передачи информации и новые медиа тренды влияют на содержание пресса. В статье рассматриваются изменения, произошедшие в структуре аналитического контента в результате применения этих методов и процессов. Процесс трансформации информации оказывает существенное влияние на структуру печатного аналитического контента. Современная цифровая среда меняет форму, стиль и структурные элементы традиционных публикаций и аналитических статей, заставляя их подстраиваться под потребности аудитории. В статье анализируются вопросы совершенствования аналитического контента, новых методов подачи информации, интеграции инфографики и элементов мультимедиа, обеспечения баланса между быстрым и глубоким анализом. Также будет рассмотрена интеграция печатного аналитического контента с цифровыми платформами и ее будущее.

Ключевые слова: Трансформация, способы передачи информации, тренд, тенденция, структура контента, формат, жанр.

Changes in the field of knowledge of the information world and their consequences

Khusan Irmatov,
Researcher at UzJOKU
Email: hte1212@yandex.uz

ORCID:0009-0001-7202-9772

Annotation. *In the information transformation, methods of information transmission, and new trends have affected the content of the press. This article examines the changes in the structure of analytical content that have occurred as a result of these methods and processes. The process of information transformation has a significant impact on the structure of printed analytical content. The modern digital environment changes the form, style and structural elements of traditional publications and analytical articles, forcing them to adapt to the needs of the audience. The article analyzes the issues of improving analytical content, new methods of presenting information, integrating infographics and multimedia elements, ensuring a balance between fast and deep analysis. The integration of printed analytical content with digital platforms and its future will also be considered.*

Keywords: *Transformation, methods of information transmission, trend, content structure, format, genre.*

Кириш

Анъаний журналистикада таҳлилий контент тузилмаси бир неча йиллар давомида деярли ўзгармади. Хусусан, бир мавзу олиниб, факт+фикр+интервью+таҳлил асосида бирон хулоса чиқарилар, босма нашрлардаги таҳлилий материаллар, асосан, катта ҳажмда берилар эди. Яъни таҳлилий жанр деганда батафсиллик, кенг ва ҳар томонлама ёндашув тушунилиб, газета саҳифаларида кенг ўрин ажратиб келинган.

Интернет ва техника инқилоби ҳосилалари – медиаконвергенция, трансформация, интеграция каби жараёнлар бу тушунчаларни ўзгартирди. Жумладан:

- ахборот узатиш усуллари;

- янги ёндашувлар;

- янги трендлар ўз таъсирини ўтказиб, замонавий таҳлилий контент тузилмасини пайдо қилмоқда, дейиш мумкин. Ушбу фаслда газетанинг полиграфик шаклдан онлайн форматга ўтишидаги айнан шу ўзгаришлар таҳлил қилинади.

Тадқиқот методологияси

Таҳлилни миллий медида мавжуд ахборот узатишнинг янги усуллари ва уларнинг таҳлилий контент тузилишига таъсирини ўрганишдан бошлаймиз. Россиялик тадқиқотчи Олга Молчанова медиаконвергенция натижасида юзага келган – инфотейнмент, финишинг, билдизация, глокализация, “прямая линия” каби ахборот узатиш усуллари қайд этган (Молчанова, 2018; 159). Инфотейнмент инглизча “information” – информация, “entertainment” – кўнгилочар сўзларининг қўшилишидан пайдо бўлган усул. Бунда ахборийлик ва кўнгилочарлик хусусиятлари бирлашади. Ахборот+кўнгилочарнинг асосий мақсади, ҳиссиётга таъсир ўтказишдир. Яна бир жиҳати, қизиқтириш орқали эътибор тортишдир. Бу усул илк маротаба 1974 йилда ўтган асрнинг 80-йилларида аудиториянинг ОАВга қизиқиши пасайиб, кўрсатув рейтинглари туша бошлагач амалиётга кириб келган. Ахборот+кўнгилочар формат дастлаб ток-шоулар кўринишида ТВда пайдо бўлган бўлса, кейинчалик радиостанциялар ва босма ОАВ томонидан жорий этилган (Calltouch, n.d.).

Босма ОАВда бу формат кўпроқ матн ва фотосуратлар даражасидаги янгиликлар контентида вужудга келди. Россиялик тадқиқотчи Маргарита Чистопрудованинг келтиришича, “анъанавий ОАВда камроқ учрайдиган ахборот узатишнинг бу усули алоҳида дизайн ва бадиийлик талаб қилгани сабаб, уни тайёрлашга кўп вақт ҳамда алоҳида кўникмалар зарур” (Чистопрудова, 2019; 25). Демак, бу усулдан фойдаланиб контент тайёрлашда асосий муаммо – вақт масаласидир.

Инфотейнмент қўллашнинг оммалашиши уни универсаллашишига, яъни ахборий жанрлардан таҳлилий ва бадиий-публицистик жанрга кириб келган. Бу ахборот етказиш усули

журналистларга ахборотни сифатли ва қизиқарли тарзда тақдим қилишга ёрдам беради. Россиялик тадқиқотчи Н. Булатовага кўра, “оригинал, ностандарт ва инновацион усул бўлган – инфотейнмент таҳлилий контентга янги ва фойдали хусусиятларни беради” (Васильева & Сидякина, 2009; 18). Аудитория эътиборини жалб қилишда ҳам ундан фойдаланиш самарали. Уларнинг фикрича, ахборот мултимедиавий инструментлар билан бойитилса ҳам инфотейнмент талабларига жавоб бера олади.

Маҳаллий медиада айнан инфотейнмент усулидан матбуотда ва унинг онлайн нусхасида кам ҳолатларда фойдаланилади. Сабаби, анъанавий журналистикада ахборотни турли ҳис-туйғулар ва бир томонлама фикрлардан ҳоли тарзда етказиш одат тусига айланган. Агар ахборотга озроқ тасвир ва талқин қўшилса, у репортажга айланади. Фактлар билан бойитилганда эса, корреспонденция деб баҳоланади. Аммо сарказм, ҳазил-мutoйиба қўшиб, инсонларга жиддий ахборотни ҳам енгил тарзда бериш амалиёти анъанавий журналистиканинг ҳеч қайси жанри талабларига мос тушмайди. Фелъетон жанрида ахборот эмас, бирор жиддий муаммо диққат марказида бўлади. Шу нуқтаи назардан инфотейнментни босма нашрларда ҳали ривожланмаган, деган фаразни илгари суриш мумкин.

Финишинг инглиз тилидаги “Finishing” – тугатиш сўзидан олинган бўлиб, муайян бир жараёни охиригача олиб боришни билдиради. Бунда муаллиф жамиятдаги бирор муаммони кўтариб, таҳлилий контент тайёрлайди. Унга акс-садолар берилиши финишингнинг хусусиятларини акс эттиради. Яъни олиб чиқилган масала ижобий ҳал этилмагунича, бир неча маротаба туркум мақолалар чоп этиб борилади ва ечим топилгач, нуқта қўйилади.

Миллий медиада бу тенденция тўлиқ ривожланмаган. Аммо айрим унсурлари борлиги бу форматнинг ҳам аста-секин оммалашаётганидан далолат беради. Масалан, “Ишонч” газетасининг онлайн нусхасида “Шамолга совурилаётган шамол” сарлавҳали мақола чоп этилган (Ishonch, n.d.). Мақола шу нашрда эълон қилинган бошқа бир материалга акс-садо қилиб берилган. Материалда мавзу юзасидан чуқур таҳлил ва муаллифнинг нуқтаи назари, қарашлари, хотиралари ва ҳиссиётлари акс этган. Аммо финишинг талабига мувофиқ, кўтарилган муаммонинг ечими баён этилган материал берилмаган.

Шундай вазиятлар бўладики, долзарб бўлган мавзу “совимаслиги” учун полиграфик шакл чиқиши кутиб ўтирилмайди. Бундай ҳолларда онлайн формат қўл келади. Гарчи контент таҳлилий бўлса-да, унда таҳлил ҳам, тафтиш ҳам, тезкорлик ҳам муҳим ҳисобланади. Хусусан, “Зарафшон” газетасининг онлайн нусхасида (“IT-танловида биринчи ўринни олган ўқувчига эски ноутбук совға қилингани ортидан туман ҳокими ўринбосарига ҳайфсан берилди” сарлавҳали) мақола чоп этилган (Zarnews, n.d.). Унда Самарқанд вилояти Нуробод туманидаги 41-мактаб ўқувчиси Сардор Сатторовнинг “Бир миллион дастурчи” лойиҳаси доирасидаги IT танловида ғолиб бўлгач, унга топширилган соврин – ноутбук жуда эски ва ишлатилган бўлиб чиққанининг тафсилотлари ўрганилаётгани маълум қилинган. Бу мақола ижтимоий тармоқда чиққан постдан кейин унинг тафсилотларига бағишлаб тайёрланган. Мақолада вазият ҳали ўрганилишда давом этади, дейилади. Шу куннинг ўзида ушбу масала ўз ечимини топгани тўғрисидаги иккинчи мақола мултимедиавий контент тарзида (матн+видео+фото) чиқарилади. Унинг сарлавҳаси “Ғолибларга берилган эски ноутбуклар, ҳайфсан олган ҳоким ўринбосари, ишдан бўшатишган туман ХТБ ходими ва “бахтли якун”: Нурободдаги “ноутбук воқеаси”га нуқта қўйилди” деб номланиб, унда мутасаддилар, ота-оналар ва воқеа қаҳрамонидан интервьюлар берилган ҳолда, вазиятга ойдинлик киритилган (Zarnews, n.d.). Демак, муаммо ечимини топгунга қадар икки қисмли мақола берилгани айнан финишинг усулига мисол бўла олади.

Глобаллашув инглизча “global” ва “local” сўзларидан олинган бўлиб, глобал масалани локал усулда, яъни кенг миқёсдаги масалани, тор доирада бериш маъносида қўлланиладиган ахборот узатиш усули. Бунда одамзот учун глобал ҳисобланган муаммонинг кичик бир жамиятга таъсири акс этади. Хусусан, дунёда кузатилаётган урушлар, глобал исиш, нефт нархининг пасайиши ёки кўтарилиши кабиларнинг бирор бир мамлакат иқтисодиётига,

бозоридаги маҳсулот нархларига, меҳнат мигрантларига қай тарзда таъсир кўрсатишини таҳлил қилиш глокаллашувга ёрқин мисол бўла олади.

Маҳаллий нашрлар контентида ҳам бу усулни учратиш мумкин. Масалан, “Жамият” газетасининг веб-сайтида эълон қилинган “Санкция атрофидаги муҳокамалар: хавотирлар ўринли(ми)?” сарлавҳали мақолада Россия-Украина урушининг Ўзбекистон иқтисодиётига кўрсатадиган таъсири, оқибатлари, унинг олдини олиш чора-тадбирлари ҳақида таҳлилий мақола эълон қилинган. Журналист уруш оқибатида Россия ҳукуматида нисбатан қўлланилаётган санкциялар борасида бўлаётган турли фикрлар, фаразларга фактлар асосида ойдинлик киритади. Унинг таъсири сезилиши мумкин бўлган бир нечта соҳа ва йўналишларни санайди ва уларнинг ечимида доир Ўзбекистон ҳукуматининг саъй-ҳаракатларини изоҳлайди. Демак, глобал муаммо ва унинг бир мамлакат ҳудудига ҳар томонлама таъсири ўрганилган. Масалан, фармацевтика, озиқ-овқат саноати, кийим-кечак савдоси ва бошқа соҳалар. Шу жиҳатлари билан матбуотда глокаллашув усулидан фойдаланиш ҳам унинг рақамли медиага трансформациялашувига тўлиқ мос келади.

Шу ўринда газеталарда эълон қилинадиган хориж хабарлари билан глокаллашув усулидаги таҳлилий контентни адаштириб юбормаслик зарур, бизнингча. Унга кўра хориж хабарларида талқин ва бўлиб ўтган воқелик тафсилотлари берилади. Глокаллашув контентида эса талқин таҳлил томони кенгайди. Факт ва тасвирдан ташқари журналист нуқтаи назари, фарази ҳамда ёндашуви ҳам киритирили мақсадга мувофиқ. Босма нашрларда ҳам бу каби таҳлилий контентни кўпайтириш мумкин.

“Янги Ўзбекистон” газетасининг 2024 йил 12 январда, 8-сониди “Иқтисодий ўсиш: кутилма ва амалий натижалар” сарлавҳали мақола таҳлилий жанрда чоп этилган. Унинг глокаллашув усулига мос контент эканини куйидаги иқтибос кўрсатади:

“Халқаро валюта жамғармасининг 2023 йил октябрь ойи ҳисоботида кўра, жаҳон иқтисодиётида юқори глобал инфляция шариқтида қатъий монетар сиёсатнинг давом эттирилиши, шунингдек, бир қатор мамлакатларда давлат қарзи юқини қисқартириши мақсадида фискал консолидациялашувни амалга ошириши натижасида жорий йилда иқтисодий ўсиш суръатлари секинлаиши кутилмоқда. Хусусан, мазкур ҳисоботга биноан, 2023 йилда жаҳон иқтисодиёти 3 фоиздан 2024 йилда 2,9 фоизга, ривожланган давлатлар иқтисодиёти эса мос равишда 1,5 фоиздан 1,4 фоизга секинлаиши билдирилган эди. Ривожланаётган давлатлар иқтисодиётида жорий йилдаги 4 фоизлик иқтисодий ўсиш суръати сақланиб қолаётган бўлса-да, мамлакатимизнинг асосий савдо ҳамкорлари бўлган Хитой иқтисодиёти 5 фоиздан 4,2 фоизга, Туркияда 4 фоиздан 3 фоизга ҳамда Қозғистонда 4,6 фоиздан 4,2 фоизга секинлаиши прогноз қилинган эди” (“Янги Ўзбекистон”, 2024, January 12).

Ушбу статистикани келтиргач, журналист бу ҳолатнинг Ўзбекистондаги кўринишини тасвирлайди. Айни пайтда давом этаётган глобал сиёсий ва иқтисодий вазиятлар Ўзбекистоннинг иқтисодий ўсиши, ялпи ички маҳсулотига таъсирини прогноз қилинган рақамлар билан амалга оширилган рақамларни солиштириш орқали ўрганади. Ушбу мақолада статистикага кенг ўрин берилган. Муаллиф рақамларни холис таҳлил қилишга уринганини ўзининг шахсий нуқтаи назари йўқлигидан билиш мумкин. Яъни журналист ўз фикрини яширин тарзда бўлса ҳам сездирмайди. Глокаллашув усули учун жаҳон миқёсидаги муаммонинг кичик ҳудудга таъсирини келтириш, билдирилган фикрларни изоҳлашнинг ўзи етарли. Аммо таҳлилий контентнинг сифатли чиқиши учун муаллиф нуқтаи назари муҳим, назаримизда.

Жаҳон амалиётида ахборот узатиш усуллариининг кўплаб турларини стандарт ва ностандарт шаклларда учратиш мумкин. Масалан, ўзбек журналистикасида глокаллашув усули, асосан, таҳлилий мақола жанрида ёзилса, Россиянинг “Аргументы и Факты” нашрида суҳбат, интервью, очерк жанрларида ҳам кузатилади.

Нашрнинг 2024 йил 3–9 апрелда, 14-сонида чоп этилган “НАТО разрушает страны, убивает мирных людей” сарлавҳали материали суҳбат жанрига хос бўлиб, унда халқаро НАТО ташкилотининг тарихи, бугунги кундаги фаолияти, турли гегемон мамлакатлар билан амалга оширган ва оширмоқчи бўлган операциялари ҳамда шу ҳаракатларнинг Россия Федерацияга бўладиган таъсири ҳақида гап кетади. Икки саҳифани эгаллаган ушбу суҳбатда Россия Федерациясининг Хавфсизлик кенгаши котиби Николай Патрушевга кескин ва мунозарали саволлар берилган. Унга респондент ўз навбатида ҳукумат манфаатларидан келиб чиқиб жавоб берган. Бу, аниқса, Россия-Украина уруши можаролари ҳақида гап кетганда яққол намоён бўлади. “– На днях глава военного комитета НАТО Роб Бауэр заявил, что альянс готов в открытой войне с Россией. О примирении, похоже, там и думают?” (“Аргументы и Факты”, 2024).

Суҳбатдаги ушбу саволнинг ўзи контентни глокаллашув усулига оид эканини кўрсатади. Сабаби, НАТО – халқаро ташкилот. У билан боғлиқ ҳар қандай хатти-ҳаракат глобал аҳамият касб этади. Демак, НАТОнинг Россияга қиладиган юриши локал миқёсдаги таъсир ҳисобланади.

Таҳлил ва натижалар (Analysis and results)

Одатда таҳлилий жанр матни структураси(тузилмаси) куйидаги қисмларга бўлинади:

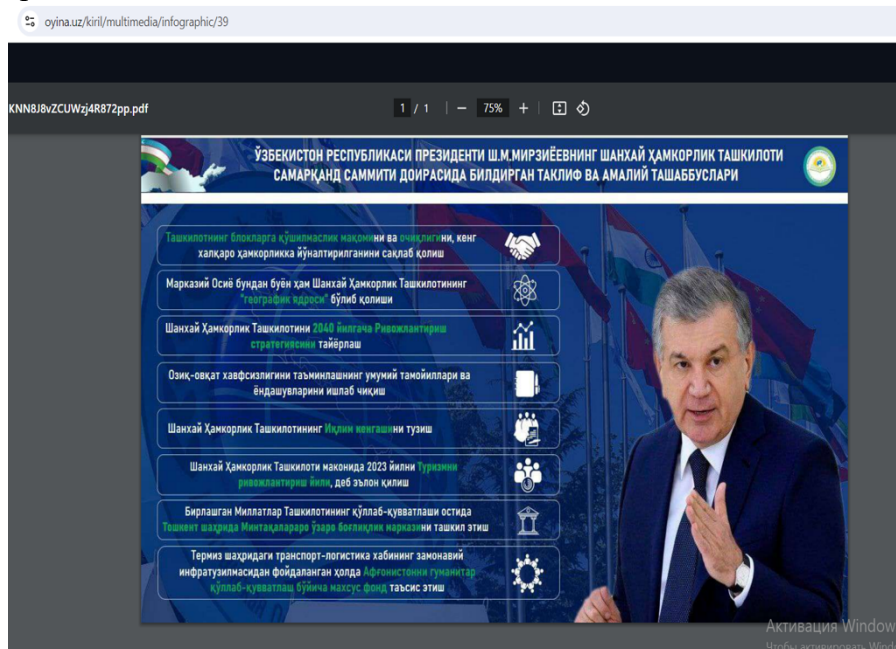
- муаммони шакллантириш;
- фактлар;
- томонларнинг фикрлари;
- мутахассислар берадиган ечим;
- муаллифнинг шахсий хулосаси ёки прогнози.

Ёндашувдаги ўзгаришлар. “Янги Ўзбекистон” газетасининг таҳлилий ёндашуви онлайн платформага ўтганда бироз ўзгаради. Яъни полиграфик шаклда матн+фото+QR-код форматида чоп этилса, YouTube платформасига у видеоконтент форматига кўчади. Кундалик янгиликлар, ижтимоий тармоқда тарқалган хабарларга муносабат ва таҳлиллар ҳар куни қисқа видеоформатда (YouTube shorts) каналга жойлаб борилади. Ҳафта охирида эса улар умумлаштириб, атрофлича таҳлил қилинади, шарҳланади. Айнан шу тартибдаги кўрсатувларда таҳририят нуқтаи назари сезилади. Тўғри, аудиовизуал журналистикада таҳлил жанри мавжуд. Аммо босма таҳририятнинг онлайн платформаси учун бу ёндашув нисбатан янги ҳисобланади. Айнан шу жиҳати билан босма таҳлилий контент тузилишидаги ўзгариш деб олсак бўлади.

Сўнгги йилларда мультимедиавийлик давр талабига айлангач, матбуот ҳам унга мослашишга ўтди. Анъанавий матнга фотодан ташқари турли элементлар қўшила бошланди. Шулардан бири ва асосийси – инфографикадир. Олдиниға таҳлилий контентни бойитиш, тўлдириш ва визуаллигини ошириш мақсадида қўлланиладиган инфографика эндиликда бутун бир мақолага айланган кўринишларда учрамоқда. Хусусан, Президент қарорлари ёки фармонлари, қонун лойиҳалари эълон қилинса, қисқа фурсатда шу асосда инфографика тайёрланади ҳамда матнни тўлдирувчи восита сифатида эмас, балки ўзи мустақил контент тарзида тақдим қилинади. Бу ўқувчини узун матнни ўқишга вақт сарфлашдан асраш билан бирга керакли ахборотни тез ва осон ўзлаштиришга ёрдам беради.

www.oyina.uz порталида ҳам шу амалиёт қўлланилаётганини кўриш мумкин. Жумладан, 2022 йил 17 сентябрда эълон қилинган контент биргина инфографикадан иборат. Унда президент Ш.Мирзиёевнинг Шанхай ҳамкорлик ташкилоти Самарқанд саммити доирасида билдирган таклиф ва амалиё ташаббуслари бир дона инфографикага жойланган. Дизайни дид билан қилинган ушбу контентни ўқиган киши Президентнинг таклифлари тўғрисида тасаввурга эга бўлиши эҳтимоли юқори. Аммо бир жиҳати, инфографикадан фойдаланилган шрифт ҳажми сал кичикроқ қилинган. Бу эса ўқувчининг ўқишида муаммо туғдириши мумкин.

“1-расмга қаранг!”



Ушбу онлайн нашрнинг 2022 йил 27 октябрда чиқарган инфографикаси долзарб мавзуга бағишланган. Ҳажми катта мақолаларни ўқишга эринадиган аудитория учун ушбу контент қулайлиги билан аҳамиятлидир. Аммо унга ўн та тавсия тикилинч қилиб сиғдирилган. Қолаверса, ранглар комбинациясидан тартибсиз фойдаланилган. Бу обуначини ўзидан узоқлаштиради, ўқишлилик даражасини камайтиради.

“2-расмга қаранг!”



Демак, нафақат газеталар, балки онлайн платформаларда ҳам таҳлилий мақоланинг инфографикага кўчиш ҳамда инфографиканинг ўзи бир мақолага айланиш ҳолати босма нашрлар фаолиятида ҳам сезиларли даражада ривожланган. Бу таҳлилий контент тузилишининг шакл жиҳатидан торайишига олиб келмоқда. Хусусан, мавзунинг долзарблиги, томонлар фикрлари, хулоса, ечим қисмлари ўрнини фактлар қисми эгаллаб олмоқда. Яъни инфографиканинг ўзи таҳлилий мақола тарзида тақдим қилинганда фактлар қисмигина фаол ишлайди, қолган қисмлар деярли қўлланилмайди. Натижада мақола шакли ўз-ўзидан ўзгаради ва кичради.

Маълумки, инфографиканинг таймлайн тури хронологияга асосланган бўлиб, асосан, воқеалар йиллар кетма-кетлигига жойлаштирилади. “Вақт чизиғи” деган маънони англатувчи ушбу тур оддий инфографикага қараганда матбуотда у қадар оммалашмаган. Тадқиқот давомида таймлайн+таҳлилий мақола ёндашувида яратилган контентлар ҳам қайд этилди. Хусусан, “Ўзбекистон талабаси” журналининг 2024 йил 7-сонида эълон қилинган “Увол бўлган умр” (Ирзаев Б. “Увол бўлган умр”) сарлавҳали мақола бунга мисол бўла олади.

Унинг муаллифи журналист эмас, балки тарих фанлари бўйича фалсафа доктори Баҳром Ирзаевдир. Муаллиф Усмон Носирнинг туғилишидан то ўлимига қадар бўлган даврни тизимлаштириб, ижодкор ҳаётини таҳлил қилиб беради. Бир қарашда таҳлилий мақолага, бир қарашда таймлайннинг кенгайтирилган шаклига ўхшаш ушбу форматни “тайммақола” дейиш мумкин. Яъни тарихий-таҳлилий мақола тизимлаштирилган йиллар асосида ифода этилади. Бу ёндашув контент ўқишлилигини оширади.

“АиФ” Нашриёт уйи бош директори Рулан Навиков янги тенденцияларни доимо кузатиб боришларини таъкидлаб, босма нашрлар тиражлари аста-секинлик билан тушаётганидан кучли хавотир йўқлигини айтади. Унинг фикрича, “принципиал жиҳатдан чексиз бўлмаган аудитория фақат кучли ва нуфузли оммавий ахборот воситалари орасида қайта тақсимланади. Ва кучли нашриёт ўйинчиларининг аксарияти аллақачон ишонч билан ишламоқда. Улар ўз йўлида рақамли ва классик моделда (кўриниш-таъкид бизни Х.Э.) давом этади. Аммо, энг муҳими, профессионал муҳаррирларнинг исталган восита орқали ва аудитория талабига мос равишда контент яратиш қобилияти ва тайёрлигидир. Шу билан бирга, нашр фаолияти ишонч даражаси, тингловчилар фаоллиги ва унинг сифатли фикр-мулоҳазасига асосланиши керак”(<https://jrnlst.ru/2020/08/18/5309/>). Демак, бундай шароитда таҳририят жамоасининг асосий кучи замонавий трендлардан хабардорлик ва уларни ўз фаолиятига интеграция қила олишга қаратилиши мақсадга мувофиқдир, бизнингча.

Тадқиқот давомида босма ва онлайн медида қуйидаги замонавий тенденциялар ва уларнинг таҳлилий контент тузилишига таъсири ўрганилди.

Ижтимоий тармоқдан дайжестлар бериш тенденцияси. Бунда ижтимоий тармоқда сўнгги кунларда долзарб бўлиб турган хабарлар қисқа ҳолатда берилади ёки бир мавзуга кенг жамоатчиликнинг билдираётган қарашлари дайжест шаклида тақдим қилинади.

Босма ОАВда “Наманган ҳақиқати” газетасини мисол сифатида келтириш ўринли. Хусусан, ушбу нашрнинг 2024 йил 24 август кунги сонида “Воқеалар, ҳодисалар, фактлар” рукнида интернет манбалари асосида олинган 10 та хабар қисқача шарҳкўринишида тақдим қилинган. Ушбу шарҳ бир ҳафта давомида ижтимоий тармоқларда кун тартибида бўлиб турган энг сўнгги янгиликларнинг қисқа таҳлилидан иборат. Бунда кўриниб турибдики, шарҳ жанри ижтимоий тармоқ дайжести тенденцияси натижасида ҳажм жиҳатидан кичрайган.

Онлайн форматда бу тенденция сал бошқачароқ. Хусусан, www.bugun.uz сайтида “Ижтимоий дайжест” рукни остида бериладиган таҳлилий контентда ҳам ушбу тенденция кўзга ташланади. Унда бир ҳафталик воқеаликлар ижтимоий тармоқдаги муҳокама, муносабат асосида таҳлил қилинади. Гиперматнга асосланган ушбу ёндашув ижтимоий тармоқлардан олинган ҳар бир постга кириб ўқиш имкониятини беради. Муаллиф иқтибослари келтирилган блогер ёки жамоат фаолининг фикрларини скриншот қилган ҳолат келтиради, аммо уларни атрофлича шарҳламайди, ўз муносабат ёки нуқтаи назарини ҳам билдирмайди. Шунчаки, манзара ва ҳолат кўрсатилади, холос. Ўқувчи ижтимоий тармоқларни титкилаб ўтирмасдан ушбу контентга кўз югуртирса, бир ҳафталик воқеалар ривож ва трендга айланган мавзулардан хабардор бўлади. Бу ҳолатда журналист фақатгина тасвирлашдан таҳлилга ўтса, ўз нуқтаи назарини ҳам сездирса, медиа маҳсулот янада бойиган бўлар эди, бизнингча. Бу тенденция натижасида таҳлилий контент тузилмасига қисқалик, тасвирлаш, чуқур ёндашмаслик каби хусусиятлар кириб келганини таъкидлаш ўринли. “Иловадаги 4-расмга қаранг!”

www.kun.uz нашрининг 2022 йил 25- феврал кунги чиқишларида эълон қилинган “Буни ҳозир қилмасангиз, тарих сизни миллат сифатида кечирмайди” – ўзбек зиёлилари россияликлардан урушни тўхтатишни сўради. Россия ва Украина ўртасидаги қонли уруш давом этар экан, дунё жамоатчилиги, хусусан, зиёлилар уни тўхтатиш талаби билан турли чиқишлар қилмоқда”(<https://kun.uz/kr/news/2022/02/25>) сарлавҳали контентда ҳам жамият зиёлиларининг шу масалага ёндашуви кўрсатиб берилади. “Иловадаги 5-расмга қаранг!”.

Контент муаллифи мавзунинг нақадар муҳимлиги тўғрисида кириш қилгач, ижтимоий тармоқларда эълон қилинган постларни муаллиф ҳамда унинг жамиятдаги мавқе(лавозими) билан бирга эълон қилади. Хулоса ва фактларни тақдим қилмайди. Сараланган постларни эса томонларнинг фикри ҳамда мутахассис ечими тарзида қабул қилиш мумкин. Демак, таҳлилий контент тузилиши қуйидагича қайта шаклланади: “1-жадвалга қаранг!”

Анъанавий таҳлилий контент структураси	Янги тенденция таъсиридаги ҳолати
муаммони шакллантириш	мавжуд
фактлар	-
томонларнинг фикрлари	мавжуд
мутахассислар берадиган ечим	мавжуд
муаллифнинг шахсий хулосаси ёки прогнози	-

1-жадвал

Таҳлилий жанрларнинг ижтимоий тармоқларга кўчиш тенденцияси. Анъанавий журналистикада тақриз жанри дастлаб фақат ижтимоий-сиёсий, илмий ёки бадиий адабиётларга ёзилган бўлса, кейинчалик санъатнинг спектакль, концерт, кино, рақс, тасвирий санъат, рассомчилик каби турларига ҳам берилиши, қолаверса, телекўрсатувлар, радиоэшиттиришларга ҳам, клиплар, реклама роликларига ҳам, ҳатто моддий ишлаб чиқариш маҳсулотларига ҳам тақриз, баҳо берилаётгани тўғрисида қарашлар мавжуд (Қурбон Н. Tahliliy jurnalistika).

Ижтимоий тармоқларда айнан кинотақриз кенг оммалашаётганини кўриш мумкин. Жумладан, “Инстаграм”, “Тик-ток” ҳамда “YouTube” платформаларида киноивентлардан репортажлар, ведеотақриз, кинотизерлар бериш тенденцияси ривожланди. “Фейсбук” ва “Телеграм”да эса кинотавсия ва кинотақриз жанрлари илиқ қабул қилина бошланди. Хусусан, “Фариданинг икки минг қўшиғи”, “101-рейс” каби фильмларнинг ижтимоий тармоқдаги тарғиботи ва муҳокамалари жамоатчиликнинг кинога бўлган қизиқишини ошириб, унинг муваффақиятли тақдимотини таъминлади.

Бундан ташқари, “Фейсбук”даги “Kinotaqriz” номли гуруҳ мавжуд бўлиб, унда фойдаланувчилар яқин кунларда томоша қилган фильмлари ҳақида хиссиётлар, таассуротлардан иборат фикр ва тавсияларини баён этади. Буни фойдаланувчи контент томонидан яратилган таҳлилий контент дея баҳолаш мумкин. Бир жиҳати борки, ҳатто зиёли катлам томонидан ҳам фильмлар ҳақида ёзганда сюжетни бошдан-оёқ сўзлаб бериш ҳолатлари учраб туради. Бу кинотақриз талабларига тўғри келмайди.

Шунингдек, бадиий тасвирий жанрлардан – шарж, карикатура, мэм кабилар тез оммалашиб, аудитория учун воқеаликни енгил кулги ва сарказм орқали англаш ва ўз фикрини билдириш воситаларидан бирига айланди, дейиш мумкин. Ижтимоий тармоқда бирор мавзу кун тартибига чиқиши билан Inkuzart, Nabikatura, Rais Buva каби блоглар зудлик билан шунга мос карикатураларини тақдим қилишади. Жамоатчилик буни самимий ёки аччиқ кулги билан қабул қилади, фикр билдиради, бир-бирига улашади.

Ижтимоий тармоқ фаоли Шаҳноза Соатованинг фикрича, “Rais Buva режиссёр Зулфиқор Мусоқовнинг “Абдуллажон” деган шедевр фильмидан ўсиб чиққан образ, Inkuzart эса

Қодирий, Чўлпон, Фитрат каби жаид боболаримиз суратини биоларга ишлаши билан тилга тушган. У ижтимоий ҳаётга муносабатини одатда бадий адабиёт тимсоллари орқали билдиради. Хусусан, Коррупцияга қарши курашиш агентлиги деворига Ғафур Ғуломнинг “Шум бола” асари мотивлари асосида чизган сурати катта шов-шув бўлган”. Барининг асосида матбуотда илдиз отган ва ривожланган тақриз жанри турганини унутмаслик зарур.

Бундан ташқари, замонавий онлайн медиага китоб тизери тушунчаси ҳам кириб келди. Хусусан, нашриёт томонидан бир китоб чоп этилишидан олдин ва чоп этилганидан кейин китоб ҳақида қисқа анонслар бериб борилади. Бу PRнинг бир қисми бўлиб, ижтимоий тармоқда шов-шув кўтаришдир. Бунда нашриёт томонидан блоглар билан коллобация қилиниб, уларга китоб ноодатий усул ва шаклда тақдим қилинади. Кейин блогерлар ёки ижтимоий тармоқда фаол жамоатчилик вакиллари у китоб ҳақидаги самимий фикрларини ёзиб қолдиради. Бу жараён китоб чоп этилгунигача “китоб тизери”, нашрдан чиққач, “китоб тақризи” форматига айланади. Масалан, “Asaxiy books” нашриёти томонидан чиқарилган “Қўрқма” асари айнан шу тактика орқали одатий китобларга қараганда кўпроқ машхурликка эришди.

Демак, таҳлилий жанрларнинг ижтимоий тармоқларга кўчиш тенденцияси асосида таҳлилий контент тузилишида баъзи ўзгаришлар кўзга ташланди. “2-жадвалга қarang!”

Жанр ёки формат номи	Газетадаги формати	Сайтдаги формати	Ижтимоий тармоқдаги формати
Таҳлилий мақола	Таҳлилий мақола	Мультимедиавий сторийтеллинг, лонгрид	-
Тақриз	Тақриз	Мультимедиавий контент	Видеотақриз, Кинотақриз, Китоб тақризи, Китоб тизери
Карикатура	Карикатура	Карикатура	Карикатура
Мэм	-	-	МЭМ

2-жадвал

Хулоса ва таклифлар

Таҳлиллар давомида кинотақриз ва фильм тизери, шунингдек, китоб тақризи ва китоб тизери каби жанрлар ва уларнинг ижтимоий тармоқлардаги интерпретацияси кўриб чиқилди. Шу ўринда бир мулоҳазани қайд этиш зарур. Газета обуначилари қисқариб бораётган даврда уларни яна мутолаага қайтариш, нашр контентидан бохабар қилишда китоб тизери форматини интеграция қилиш яхши самара беради. Яъни ижтимоий тармоқларда газета ва унинг онлайн нусхасида чиққан ёки чиқиши режалаштирилаётган таҳлилий контент ҳақида кенг тарғиб қилиш ва бунда “мақола тизери” форматини қўллаш мумкин. Бу ижтимоий тармоқ фойдаланувчилари диққатини тортади, мақолани топиб ўқишга ундайди. Мақола эълон қилингач, унинг атрофида мунозара ва мулоҳазалар учун кенг виртуал майдон яратиб бериш зарур. Бунда таҳририят томонидан ижтимоий тармоқда айнан таҳлилий мақола муҳокама қилинадиган алоҳида саҳифа очиши мақсадга мувофиқ.

Хулоса қилиб шуни айтиш мумкинки, интернет ва ахборот технологиялари инқилобидан юзага келган жараёнлар, ахборот узатишнинг янги усуллари, янги тенденция ва усуллар босма нашрдаги таҳлилий жанрлар тузилишига таъсирини ўтказмоқда. Гоҳида фактлар устунлиги, гоҳида интервьюлардан иборат бўлиши, талқин ва муаллиф фикридан кўра, тасвирга кенг ўрин бериш, ҳажм жиҳатидан қисқариши каби ўзгаришлар шулар жумласидандир. Буларнинг бари ахборот истеъмолчиларининг талаби ва таклифи асосида шаклланмоқда. Шундай экан ҳар бир

босма нашр шу ўзгаришларни тезда илғаш ва ўз фаолиятига татбиқ этиши мақсадга мувофиқдир.

Фойдаланилган адабиётлар:

1. Ирзаев, Б. (2024). Увол бўлган умр. *Ўзбекистон талабаси*, 7(18).
2. Молчанова, О. (2018). Конвергентная редакция как новый тип организации редакционной структуры СМИ. *Информационное общество*, 1, 159.
3. Васильева, В.В., Сидякина, А. А., Черепанова, Л. Л., & Печищев, И. М. (Eds.). (2009). *Рекомендовано к публикации. ВКР по журналистике - 2009: Учебно-методические материалы для студентов специальности "Журналистика"*. Пермский государственный университет.
4. Чистопрудова, М. (2019). *Инфотейнмент как метод подачи информации в современной интернет-журналистике* [Graduation thesis]. Белгород.
5. Қурбон, Н. (2019). *Таҳлилий журналистика* [Study guide]. Tashkent.
6. Calltouch. (2021, April 16). *Что такое инфотейнмент и как его использовать в маркетинге?* Retrieved March 8, 2025, from <https://blog.calltouch.ru/chto-takoe-infotejnmnt-i-kak-ego-ispolzovat-v-marketinge/>
7. Ishonch.uz. (2024, May 19). [Article title]. Retrieved March 8, 2025, from <https://ishonch.uz/archives/7491>
8. Zarnews.uz. (2024, July 18). *IT танловида биринчи ўрнини олган ўқувчига эски ноутбук совға қилингани ортидан туман ҳокими ўринбосарига хайтсан берилди*. Retrieved March 8, 2025, from <https://zarnews.uz/ta-lim/it-tanlovida-birinchi-orinni-olgan-oquvchiga-eski-noutbuk-sovga-qilingani-ortidan-tuman-hokimi-orinbosariga-hayfsan-berildi>
9. Zarnews.uz. (2024, July 18). *Голибларга берилган эски ноутбуклар хайтсан олган ҳоким ўринбосари ишдан бошатирилган, туман ХТБ ходими ва бахтли якун Нурободдаги ноутбук воқеасига нуқта қўйилди*. Retrieved March 8, 2025, from <https://zarnews.uz/post/goliblarga-berilgan-eski-noutbuklar-hayfsan-olgan-hokim-orinbosari-ishdan-boshatilgan-tuman-xtb-xodimi-va-baxtli-yakun-nuroboddagi-noutbuk-voqeasiga-nuqta-qoyildi>
10. Янги Ўзбекистон. (2024, January 12). [Article title]. №8(1069).
11. Аргументы и Факты. (2024, April 3–9). [Article title]. №14(2263).